

**KOMUNIKASI PERSUASIF UNIT KEGIATAN MAHASISWA
FAKULTAS ROHANI BELIA BINA ISLAM (UKMF RABBANI) DALAM
PEMBINAAN KODE ETIK MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN
ILMU KOMUNIKASI**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat- syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Dalam Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi**



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
1440 H / 2019 M**

**KOMUNIKASI PERSUASIF UNIT KEGIATAN MAHASISWA
FAKULTAS ROHANI BELIA BINA ISLAM (UKMF RABBANI) DALAM
PEMBINAAN KODE ETIK MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN
ILMU KOMUNIKASI**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat- syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Dalam Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi**



Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Pembimbing I : Prof.H.M. Nashor,M.Si
Pembimbing II : Yunindar Cut Mutia Yanti, M.Sos.I

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
1440 H / 2019 M**

ABSTRAK
KOMUNIKASI PERSUASIF UNIT KEGIATAN MAHASISWA
FAKULTAS ROHANI BELIA BINA ISLAM (UKMF RABBANI) DALAM
PEMBINAAN KODE ETIK MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN
ILMU KOMUNIKASI

Oleh
Ridho Setiawan

Komunikasi Persuasif merupakan cara berkomunikasi yang mengutamakan sopan santun dan memperhatikan aspek psikologis komunikan, sehingga pesan yang disampaikan membentuk, mengarahkan dan mengubah pandangan komunikan sesuai dengan yang diinginkan oleh komunikator. Dalam berlangsungnya komunikasi persuasif, efek komunikasi akan lebih efektif ketika komunikator melakukan pembinaan yang terstruktur sehingga terjadi perkembangan wawasan dan karakter mahasiswa secara masif.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan wawancara terstruktur, observasi partisipan dan metode dokumentasi. Penulis mewawancarai pengurus dan mahasiswa tentang proses komunikasi persuasif UKMF RABBANI dalam pembinaan kode etik mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Sedangkan observasi dan dokumentasi digunakan untuk memperhatikan perubahan tingkah laku mahasiswa setelah dibina oleh UKMF RABBANI dan mendokumentasikan jenis-jenis kegiatan yang diadakan oleh UKMF RABBANI.

Dari hasil penelitian, penulis memiliki kesimpulan bahwa komunikasi persuasif yang dilakukan oleh UKMF RABBANI dalam pembinaan kode etik mahasiswa dikatakan berhasil dikarenakan dalam proses komunikasinya terjadi perhatian (*attention*), minat (*inters*), hasrat (*desire*), keputusan (*decition*) dan aplikasi (*action*) antara komunikator dan komunikan untuk mengarahkan dan merubah tingkah laku mahasiswa untuk mentaati kode etik yang telah ditetapkan di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

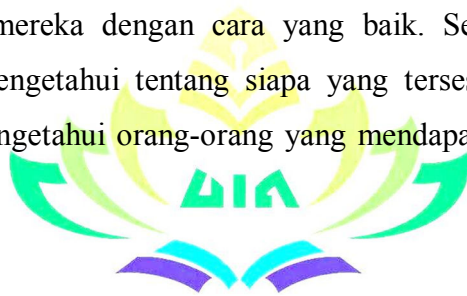
(*Keyword:* Komunikasi Persuasif & Pembinaan Kode Etik Mahasiswa).

MOTTO

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ
إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۖ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya :

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.” (QS. An-Nahl [16]:125).



PERSEMBAHAN

Karya Skripsi Ini dipersembahkan kepada:

1. Kedua orang tua yang sangat aku cintai, Bapak Sodikin dan Ibu Ernawati yang senantiasa mendoakan dan membimbing ananda untuk senantiasa menatap masa depan dengan penuh semangat. Terima kasih atas bimbingan dan doanya.
2. Adik – adiku yang aku sayangi, Fitri Nur Annisa dan Dinda Aulia Putri, terima kasih atas doanya, semangat terus untuk belajar, jangan lelah mengejar cita – cita yang di inginkan.
3. Pembimbing akademiku, Bapak Prof.H.M. Nashor, M.Si dan Bunda Yunindar Cut Mutia Yanti, M.Sos.I yang telah mendoakan, membimbing dan mengarahkan penulis dalam mengarungi ilmu penelitian.
4. Seluruh Civitas Akademika Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, beserta para Dosen yang telah membimbing penulis untuk menjadi manusia yang bermanfaat bagi manusia yang lainnya.
5. Sahabat 5 menara : Muhammad Amin Fatullah, Muhammad Iqbal Ridho Fadhil, Nur Kholis,dan Zainal Abidin. Jangan lupa mimpi – mimpi kita, ada 5 menara yang harus kita taklukkan.
6. Sahabat KPI C yang solid dan super sibuk orang – orangnya, terima kasih sudah menyemai benih – benih semangat di dalam jiwa. Semoga kita semua sukses sesuai dengan *passion* masing – masing.
7. Almamaterku UIN Raden Intan Lampung.
8. Sahabat IMPD (Ikatan Mahasiswa Peduli Desa), yang telah bersama – sama berjuang memikirkan strategi pembangunan desa yang kita cintai.
9. Saudara – saudara di UKMF RABBANI, presidium UKMF RABBANI periode 2017-2018: Ari Purwanti, S.Sos, Meirisa Aulia, Indriani Sri Utami, S.Sos, Eka Retno, Lailatul Khasanah, Andhana Riswari, Donawati, Ayu Noviana, Lutfi Firmansyah, Sumantri, Nur Kholis, Muhammad Amin Fatullah S.Sos. Temen – temen seperjuangan : Kartika, Edi Suhendar, Yogi Ali Ramadhan, S.Sos. Adik – adik seperjuangan di UKMF

RABBANI : Yuyun Cristian, Farissa, Mira Agustina, Krisdiantoro, Riski Firdausa, Laila Umaroh Utsman, Lutfia Nida'ala, Diana, Hero Anggara, Okta Kurniawati, Dede, Rita Oktavia, Desi Susanti, Mira Gustina, Rudiawan, Masytari Ma'wa, Okta Abdullah dan masih banyak lagi. Untuk teman – teman seperjuangan di UKM BAPINDA, Khairul Anam, Adelia Anindita, Lutfiatur Rofiqoh, Abdullah Sungkar S.Pd, Atika Mardiana SE, Tri Sektione S.Sos, Zakiya S.Psi, Abdi Novianto S.Pd, Tzabitah Izzati, Ahmad Afini SE, Siti Subaidah SH, Irfan Nur Fatin S.Pd, Andhana Riswari, Sarianti, Lailatuh Khasanah, Faishol Hadi SH, Anggi Lucyana dan masih banyak yang lainnya. Semoga Allah menguatkan pundak antum semua, dan mempertemukan kita kembali di surganya. Aamiin.

10. Keluarga ADK (Aktivis Dakwah Kampus) 2015, Demas Abdi Persada, Deden Gusti Laksana, Ade Prayogi, Habib Al Anshori, Oksi Ajuan Firnando, Adila, Mariska, Fatih Rukhamah, Serli Meliandri, Melisa dan yang lain – lainnya, semoga Allah menjaga ukhuwah di antara kita semua. Aamiin.
11. Keluarga KKN 219 Sukoharum : Arum, Indro, gilang, Merdo, Anisa, Putri, Gustama, Sri,Wulan, Maliki

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Ridho Setiawan, Putra pertama dari tiga bersaudara lahir dari pasangan Sodikin dan Ernawati. Penulis dilahirkan di Desa Gunung Keramat 25 Juni 1997, semasa kecil penulis menghabiskan waktunya di Desa Gunung keramat.

Adapun pendidikan formal penulis yakni:

1. SDN 02 Gunung Keramat tamat tahun 2009.
2. SMPN 03 Gunung Keramat tamat tahun 2012.
3. SMAN 01 Abung Semuli tamat tahun 2015.

Pada tahun 2015 penulis kemudian melanjutkan pendidikan di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung (UIN), fokus pada perodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Selain tercatat sebagai mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, penulis juga aktif dalam organisasi dan kegiatan kemahasiswaan.

Adapun organisasi organisasi dan kegiatan yang di ikuti oleh penulis adalah:

1. Ketua umum Unit Kegiatan Mahasiswa Fakultas Rohani Belia Bina Islam (UKMF RABBANI) pada tahun 2017-2018.
2. Ketua umum Unit Kegiatan Mahasiswa Bidang Pembinaan Dakwah (UKM BAPINDA) tahun 2018-2019.
3. Training For Trainer (TFT) Lembaga Dakwah Kampus (LDK) di Jambi pada tahun 2018.

4. Partisipasi agenda Forum Silaturahmi Lembaga Dakwah Kampus Daerah (FSLDKD) di IAIN Metro pada tahun 2017.
5. Partisipasi Rapat pimpinan daerah (RAPIMDA) di UNILA tahun 2017.
6. Peserta Sekolah Kebangsaan FSLDKD di ITERA pada tahun 2018.
7. Pelatihan sensor mandiri oleh Tapis Blogger dan Komisi penyiaran Indonesia pada tahun 2018.
8. Peserta Sekolah Media Bapinda (SMB) tahun 2016.
9. Pelatihan MC dan Jurnalistik oleh Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) tahun 2018.
10. Peserta pelatihan metode Tahsin Wafa di tahun 2018.

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Alhamdulillah segala puji hanya bagi Allah Rabb semesta Alam, yang maha pengasih lagi maha penyayang, yang selalu memberikan beribu – ribu nikmat kepada hambanya tanpa pandang suku, ras maupun agamanya. Shalawat beserta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada baginda nabiullah Muhammad *shalallahu 'alaihi wassalam*, sosok manusia biasa namun karena kebiasaannya menjadikan ia luar biasa.

Alhamdulillah skripsi dengan judul “Komunikasi Persuasif Unit Kegiatan Mahasiswa Fakultas Rohani Belia Bina Islam (UKMF RABBANI) dalam Pembinaan Kode Etik Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi telah selsai, tentu ini semua tidak lepas dari pertolongan Allah *Subhanahu wata'ala* dan juga bimbingan dari Pembimbing Akademi I dan II serta seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

Pada kesempatan yang berbahagia ini, penulis mengucapkan ucapan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Prof.Dr.H. Khomsahrial Romli, M.Si. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
2. Bapak Bambang BudiWiranto,M.Ag., MA (AS),Ph.D selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.
3. Bapak Prof.H.M.Nashor,M.Si. selaku pembimbing akademik I yang telah membantu penulis dari awal hingga akhir.
4. Bunda Yunindar Cut Mutia Yanti,M.Sos.I. selaku pembimbing akademik II dan sekretaris jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah membimbing ananda hingga bisa menyelesaikan penelitian ini.
5. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

6. Pimpinan dan karyawan perpustakaan Pusat dan perpustakaan Fakultas Dakwah.
7. Almamater UIN Raden Intan Lampung yang penulis cintai dan menyimpan banyak kenangan indah di dalamnya.
8. Pengurus UKMF RABBANI periode 2019-2020 yang sudah berkenan membantu penulis dalam proses penelitian.
9. Kawan – kawan Komunikasi dan Penyiaran Islam kelas C dan seluruh mahasiswa Fakultas Dakwah.

Wassalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh



Bandar Lampung, 13 April 2019

Penulis,

Ridho Setiawan

NPM 1541010208

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi

BAB I PENDAHULUAN	1
A. Penegasan Judul	1
B. Alasan Memilih Judul	4
C. Latar Belakang Masalah	5
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Kegunaan Penelitian	8
G. Metode Penelitian	8
H. Metode Pengumpulan Data	11
I. Metode Analisis Data	13
J. Tinjauan Pustaka	15

BAB II TEORI KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM PEMBINAAN KODE	
ETIK MAHASISWA	18
A. Konsep Komunikasi Persuasif	18
1. Pengertian Komunikasi Persuasif	18
2. Unsur-Unsur Komunikasi	19
3. Ciri-Ciri Komunikasi Persuasif	21
4. Prinsip dan Tujuan Komunikasi Persuasif	22
5. Tahapan-Tahapan Komunikasi Persuasif	24
6. Teknik Komunikasi Persuasif	25
7. Teori-Teori Komunikasi Persuasif	27
B. Pembinaan Kode Etik Mahasiswa	32
1. Pengertian Pembinaan	32
2. Hakikat dan Tujuan Pembinaan Kode Etik Mahasiswa	33
3. Manfaat Pembinaan Kode Etik	34
4. Metode dan Teknik Pembinaan Kode Etik Mahasiswa	34
5. Materi Pembinaan Kode Etik Mahasiswa	38

BAB III AKTIVITAS KOMUNIKASI PERSUASIF UKMF RABBANI DALAM PEMBINAAN KODE ETIK MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI	41
A. Gambaran Umum UKMF RABBANI	41
1. Sejarah Singkat UKMF RABBANI	41
2. Visi UKMF RABBANI dan Misi UKMF RABBANI	43
3. Struktur Kepengurusan UKMF RABBANI	44
4. Program Kerja UKMF RABBANI	44
B. Proses Komunikasi UKMF RABBANI Kepada Mahasiswa dalam Pembinaan Kode Etik Mahasiswa	48
BAB IV KOMUNIKASI PERSUASIF UKMF RABBANI DALAM PEMBENTUKAN KODE ETIK MAHASISWA	54
A. Proses Komunikasi UKMF RABBANI Kepada Mahasiswa dalam Pembinaan Kode Etik Mahasiswa	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	59
A. KESIMPULAN	59
B. SARAN	59
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1 Latihan memanah UKMF RABBANI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.
- Gambar 2 Kegiatan *Tarbiyah Tsaqofiyah* UKMF RABBANI.
- Gambar 3 Pamflet Gerakan Kader Membaca UKMF RABBANI.
- Gambar 4 Silaturahmi dan pemberian cendera mata kepada Sekertaris Jurusan KPI.
- Gambar 5 Foto Kajian Super Ramadhan “Persiapan menuju Ramadhan”.
- Gambar 6 Foto Senam Bersama UKMF RABBANI.
- Gambar 7 Pelatihan Administrasi UKMF RABBANI.
- Gambar 8 kegiatan Mejikom “Bedah aksi teoror di New Zaeland”.
- Gambar 9 Wawancara dengan Rayhan Anissa dan Amelia Eka Wandira.
- Gambar 10 Wawancara dengan Lutfi Firmansyah.
- Gambar 11 Wawancara dengan Ichal Prayogi.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Judul adalah suatu hal yang penting dalam memulai suatu penelitian, Adapun judul proposal ini adalah “Komunikasi Persuasif Unit Kegiatan Mahasiswa Fakultas Rohani Belia Bina Islam (UKMF RABBANI) Dalam Pembinaan Kode Etik Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Uin Raden Intan Lampung”.

Untuk mengarahkan pembaca kepada pemahaman dan pengertian yang jelas serta mengurangi kesalahan fahaman dalam memahami istilah yang ada di judul ini. Maka, penulis akan menguraikan beberapa istilah pokok yang ada dalam judul proposal ini.

Komunikasi Persuasif menurut Tan dalam M. Nashor, adalah suatu proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya dengan lambang bahasa) untuk mempengaruhi perilaku orang lain (komunikan).¹ Menurut Yosep Ilardo yang dikutip Nasor dalam buku “Komunikasi Persuasif Nabi Dalam Pembangunan Masyarakat Madani” mengatakan bahwa komunikasi persuasif pada hakikatnya adalah penyampaian pesan dengan tujuan untuk mengubah kepercayaan, sikap, dan perilaku melalui aspek – aspek psikologis.²

Berdasarkan pengertian para ahli di atas, maka Komunikasi Persuasif dapat kita pahami sebagai penyampaian pesan yang dilakukan oleh komunikator

¹M. Nasor, *Studi Ilmu Komunikasi* (Bandar Lampung: Fakultas Dakwah IAIN Raden Intan Lampung, 2009), h.36.

²Nashor, *Komunikasi Persuasif Nabi Dalam Pembangunan Masyarakat Madani* (Bandar Lampung: Pustakamas, 2011), h.23.

kepada komunikan dengan cara yang sopan dan santun serta ramah dalam rangka mengarahkan dan merubah sudut pandang, sifat dan tingkah laku komunikan. Sedangkan dalam konteks permasalahan ini, Komunikasi Persuasif yang dimaksudkan penulis adalah penyampaian pesan dengan cara yang santun, bersahabat dan lugas yang disampaikan oleh UKMF RABBANI kepada anggotanya dalam upaya membina seperangkat aturan yang diberlakukan oleh Rektor UIN Raden Intan Lampung.

UKMF RABBANI adalah organisasi kemahasiswaan yang ada di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung, yang bergerak dalam pembinaan karakter mahasiswa dengan berdasarkan nilai - nilai keislaman yang dikemas melalui kajian – kajian keislaman, dengan program kerja kajian *tarbiyah tsaqofiyah*, kajian kontemporer, kelas minat bakat, Latihan Kepemimpinan Mahasiswa Islam (LKMI) dan Lingkar Studi Islam (LSI) dalam setiap pekannya dengan tujuan akhir terbentuk karakter da'i yang siap dalam mendakwahkan nilai-nilai keislaman kepada mahasiswa yang lainnya.

Dalam penelitian ini, pengurus UKMF RABBANI adalah komunikator yang menyampaikan pesan persuasif kepada anggota dan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi dengan cara yang santun dan bersahabat untuk membina dan mengarahkan mahasiswa kepada akhlakul karimah yang di dapatkan dari pesan yang di sampaikan oleh UKMF RABBANI.

Pembinaan dalam kamus Bahasa Indonesia adalah mengusahakan supaya lebih baik.³ Berdasarkan teori di atas penulis berpendapat bahwa pembinaan

³ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Lock.Cit*,h.134.

merupakan usaha yang dilakukan oleh Pembina dalam rangka menumbuhkan karakter yang lebih baik dari sebelumnya.

Sedangkan menurut Zakiah Darajad pembinaan adalah usaha yang dilakukan dengan sadar, berencana, teratur dan terarah serta bertanggung jawab untuk mengembangkan kepribadian dengan segala aspeknya.⁴ Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pembinaan adalah usaha yang dilakukan dalam kondisi sadar dengan tujuan mengarahkan, mengajarkan dan memastikan mahasiswa memahami arah dan tujuan dari pembinaan tersebut. Sedangkan dalam konteks penelitian ini, pembinaan yang dimaksud adalah pembinaan akhlak mahasiswa yang teruangkan dalam bentuk kode etik mahasiswa yang telah ditetapkan oleh Rektor UIN Raden Intan Lampung.

Kode Etik adalah seperangkat norma dan peraturan yang mengatur sikap, perkataan, perbuatan dan busana mahasiswa UIN Raden Intan Lampung yang telah ditetapkan oleh Rektor.⁵ Adapun kode etik yang penulis maksudkan dalam penelitian ini adalah dilarang berpakaian ketat dan transparan bagi wanita, berdua – duan di lingkungan kampus , berkata kasar kepada dosen, mengikat atau melepaskan jilbab dan merokok di lingkungan sekitar kampus.

Berdasarkan KBBI Mahasiswa adalah orang yang belajar di perguruan tinggi.⁶ Sedangkan mahasiswa yang dimaksudkan penulis dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2017-2018.

⁴ Zakia Darajat, *Pola Pembinaan Mahasiswa IAIN*, (Jakarta:Depag RI,1983),h.6.

⁵ Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung, *Buku Pedoman Akademik, Kode Etik Mahasiswa, Kalender Akademik*, (2015),h.63.

⁶ <http://kbbi.kemdikbud.go.id> di akses pada hari Kamis, 2 Mei 2019.

Setelah penulis paparkan pengertian dari pokok-pokok di atas, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian yang dimaksud oleh penulis adalah penyampaian pesan secara santun oleh Unit Kegiatan Mahasiswa Fakultas Rohani Belia Bina Islam (UKMF RABBANI) dalam merangkul, mengarahkan dan membina mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam angkatan 2017-2018 untuk menerapkan aturan kode etik yang telah ditetapkan oleh Rektor, sehingga terbentuk karakter mahasiswa yang Islami.

B. Alasan Memilih Judul

Adapun alasan penulis memilih judul ini dikarenakan beberapa alasan berikut ini:

1. Kode etik merupakan salah satu pedoman bagi mahasiswa yang telah ditetapkan oleh Universitas dan diturunkan kepada fakultas, untuk mencetak mahasiswa yang tertib dan berakhlakul karimah.
2. Terciptanya suasana kampus yang bernuansa Islami adalah visi Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri yang memiliki peran penting dalam Pembinaan Akhlaq Mahasiswa - Mahasiswi.
3. Adanya kesenjangan antara idealitas Kode Etik Mahasiswa dengan realitas yang terjadi di lingkungan Kampus UIN Raden Intan Lampung.
4. Belum adanya penelitian tentang apa faktor penyebab terjadinya kesenjangan antara idealitas Kode Etik Mahasiswa dengan Realitas yang terjadi di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

5. Data dan literatur yang mendukung penelitian ini cukup tersedia, serta objek kajian masalah ini memiliki relevansi dengan Fakultas Dakwah, khususnya jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) yakni mengkaji pembinaan Kode Etik Mahasiswa melalui Komunikasi Persuasif.

C. Latar Belakang Masalah

Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung (UIN) adalah Perguruan Tinggi Keislaman yang di dalamnya terdapat 5 fakultas yaitu Fakultas Ushuluddin, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Fakultas Syariah, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Salah satu fakultas yang memiliki karakteristik tertentu adalah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Fakultas yang memiliki fokus pada pengembangan ilmu dakwah ini memiliki empat prodi, yakni Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Pengembangan Masyarakat Islam (PMI), Manajemen Dakwah (MD) dan yang terakhir Bimbingan dan Konseling Islam (BK).

Dalam mengupayakan tersebarnya kebaikan kepada seluruh Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi tidak dapat bekerja secara individu, maka diperlukan wadah yang mampu membantu Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi dalam mengupayakan kebaikan. Wadah dalam pengembangan mahasiswa disebut dengan UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa) untuk tingkat Universitas dan UKMF (Unit Kegiatan Mahasiswa Fakultas) untuk tingkat Fakultas. Adapun Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi memiliki lima UKMF (Unit Kegiatan Mahasiswa Fakultas) yaitu

Rohani Belia Bina Islam (UKMF RABBANI), Rumah Da'I (RD), Rumah Film KPI (RFK), PERMADANI, dan PENSIL yang merupakan wadah dalam membentuk karakter mahasiswa sesuai dengan minat dan bakat dari setiap mahasiswa.

Saat ini akhlakul karimah merupakan suatu hal yang ingin dibentuk oleh lembaga pendidikan, baik pendidikan di tingkat dasar maupun di tingkat perguruan tinggi. Ada banyak sekali cara lembaga pendidikan untuk membentuk akhlakul karimah, salah satunya dengan membentuk kode etik mahasiswa dan mahasiswi. Kode etik mahasiswa pada dasarnya bertujuan untuk melatih mahasiswa untuk tertib dan berkembang sesuai dengan nilai-nilai sosial dan keagamaan. Namun, tidak dapat dipungkiri masih banyak mahasiswa maupun mahasiswi yang belum memiliki kesadaran untuk menjalankan kode etik mahasiswa di lingkungan kampus. Akibatnya, kode etik yang telah ditetapkan hanya seolah-olah pengumuman biasa dan tampak tidak bernilai.

Permasalahan-permasalahan diatas memerlukan solusi yang tepat agar dapat berjalan dengan baik, oleh sebab itu penulis melihat Unit Kegiatan Mahasiswa Fakultas Rohani Belia Bina Islam (UKMF RABBANI) merupakan organisasi yang tepat dalam mengomunikasikan dan membimbing mahasiswa untuk menjalankan kode etik mahasiswa yang telah ditetapkan.

Berdasarkan masalah di atas maka penulis mengajukan penelitian yang berjudul “Komunikasi Persuasif Unit Kegiatan Mahasiswa Fakultas Rohani Belia

Bina Islam (UKMF RABBANI) dalam Pembinaan Kode Etik Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.”.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dirumuskan rumusan masalah yang akan diteliti. Adapun rumusan-rumusan masalah yaitu :

1. Bagaimana proses Komunikasi Persuasif UKMF RABBANI dalam membina kode etik mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi?



E. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dan manfaat penelitian ini adalah :

1. Tujuan Penelitian

Secara umum penelitian ini memiliki tujuan yakni pengembangan atau memperdalam dan memperluas pengetahuan yang ada.⁷ Adapun tujuan penelitian ini yaitu: Untuk mengetahui bagaimana proses Komunikasi Persuasif UKMF RABBANI dalam membina kode etik mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

2. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu untuk menyelesaikan masalah dari pelanggaran Kode Etik Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h.3.

UIN Raden Intan Lampung, serta menjadi rujukan pihak birokrasi maupun masyarakat kampus terutama pengurus UKMF RABBANI dalam membina dan mensosialisasikan pentingnya menerapkan Kode Etik Mahasiswa yang telah ditetapkan oleh Rektor UIN Raden Intan Lampung.

F. Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.⁸ Untuk memudahkan penelitian ini berjalan dengan baik dan lancar serta memiliki kriteria yang sesuai dengan penelitian penulis, maka diperlukan metode yang sesuai dengan permasalahan yang penulis teliti dan relevan sesuai format dalam karya ilmiah.

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*) yakni suatu penelitian lapangan yang dilakukan dalam kancah kehidupan yang sebenarnya.⁹

Dilihat dari jenisnya, penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk mengidentifikasi atau menguraikan bagaimana kondisi anggota dan mahasiswa sebelum memasuki dan mengikuti pembinaan yang dilakukan oleh UKMF RABBANI dan bagaimana proses penyampaian komunikasi persuasif UKMF RABBANI dalam membina kode etik mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

⁸*Ibid*,h.2 .

⁹ Kartono Kartini, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, (Bandung: Madar Maju, 1996), Cet. Ke-VII,h.32.

b. Sifat Penelitian

Sedangkan sifat penelitian ini adalah deskriptif. Menurut Suharsimi Arikunto, penelitian deskriptif yaitu metode penelitian yang bertujuan membuat gambaran atau lukisan secara sistematis atau obyektif mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, ciri-ciri serta hubungan antara unsur-unsur yang ada dengan fenomena tertentu.¹⁰

Dalam penelitian ini, penulis menggambarkan bagaimana kondisi anggota dan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi (mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2017 – 2018) sebelum mengikuti pembinaan yang telah dilakukan oleh UKMF RABBANI.

Kemudian bagaimana proses komunikasi persuasif UKMF RABBANI dalam membina kode etik mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi melalui kajian-kajian keislaman mahasiswa.

2. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹¹ Adapun populasi dalam penelitian ini adalah pengurus dan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2017 dan 2018.

¹⁰Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1993) h. 10.

¹¹Ardial, *Paradigma dan Model penelitian Komunikasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), h. 336.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.¹² Sedangkan menurut Jonathan Sarwono, Sampel adalah sub dari seperangkat elemen yang dipilih untuk dipelajari.¹³

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik sampling *Non Probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Adapun penelitian ini menggunakan *Sampling Purposive Sampling* yaitu pengambilan anggota sampel dengan kriteria tertentu.

Adapun kriteria yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah :

- 1) pengurus dan anggota aktif UKMF RABBANI.
- 2) Kepala Divisi dan Sekertaris Divisi Kaderisasi.

Sedangkan untuk sampel Mahasiswa, penulis menggunakan teknik *snowball*. Yaitu teknik yang bola yang menggelinding, semakin lama semakin tebal, semakin tebal maka akan semakin jenuh. berlandaskan pada kriteria di atas, maka didapatkan jumlah sampel 6 mahasiswa dan 2 pengurus inti UKMF RABBANI.

¹² *Op.Cit*,h.81.

¹³ Jonathan Sarwono,*Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu,2006), h..111.

G. Metode Pengumpulan Data

Untuk mempermudah dalam pengambilan data, maka penulis menggunakan beberapa metode, adapun metode tersebut meliputi:

a. Metode Interview (Wawancara).

Menurut Sugiyono, Interview (wawancara) digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.¹⁴ Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis wawancara terstruktur yakni wawancara yang telah menyiapkan daftar pertanyaan atau pedoman wawancara.

Adapun data yang penulis butuhkan adalah bagaimana kondisi anggota dan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi sebelum memasuki UIN Raden Intan Lampung dan mengikuti proses pembinaan dari UKMF RABBANI, serta bagaimana proses komunikasi persuasif UKMF RABBANI dalam membina kode etik mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

b. Metode Observasi

Menurut Sutrisno Hadi dalam Sugiyono, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Sedangkan menurut Jonathan Sarwono, “Observasi adalah melakukan pencatatan secara sistematis kejadian – kejadian, perilaku,

¹⁴ Sugiyono, *Op.Cit.*h.137.

obyek – obyek yang dilihat dan hal – hal lain yang diperlukan dalam mendukung penelitian yang sedang dilakukan”.¹⁵

Adapun jenis observasi yang penulis lakukan adalah *Participant Observation*, yaitu peneliti terlibat dalam kegiatan sehari-hari orang yang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian.¹⁶ Observasi digunakan penulis untuk melakukan dalam rangka mencari tambahan data untuk memperlengkap penelitian. Adapun observasi yang penulis lakukan adalah mengamati perbuatan tingkah laku kader setelah mendapatkan pembinaan dari UKMF RABBANI.

c. Metode Dokumentasi

Dokumentasi merupakan cara atau teknik mengumpulkan data tanpa langsung ke subyek yang diteliti. Adapun dokumentasi dapat berupa buku harian, catatan, foto, dan rekaman kegiatan. Sedangkan dokumentasi yang dibutuhkan oleh penulis dalam penelitian ini adalah sejarah UKMF RABBANI, struktur UKMF RABBANI, program kerja UKMF RABBANI, Profil Anggota UKMF RABBANI serta foto kegiatan–kegiatan pembinaan yang di adakan oleh UKMF RABBANI.

H. Metode Analisis Data

Ketika semua data telah didapatkan, maka proses selanjutnya penulis menganalisis data yang didapatkan. Adapun dalam penelitian ini, penulis menggunakan analisis data kualitatif. Menurut Bogdan dalam Sugiyono,

¹⁵ Jonathan Sarwono, *Op. Cit*, h.. 224.

analisis data kualitatif yaitu menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah difahami, dan temuannya dapat di informasikan kepada orang lain.¹⁷

Sedangkan teknik analisis dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif. yaitu teknik data yang menguraikan, menafsirkan dan menggambarkan data yang terkumpul secara sistematis.¹⁸

Thematic Analysis dari Miles dan Huberman digunakan untuk mempermudah dalam memahami data yang penulis kumpulkan. Analisis data dalam penelitian kualitatif pada dasarnya sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan dan setelah selsai di lapangan. Sebagaimana yang diungkapkan Nasution dalam Sugiyono, analisis telah mulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan, dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian.¹⁹

Dalam analisis penelitian ini , kegiatan analisis data dibagi menjadi 3 tahap yakni reduksi data, display data (penyajian data) dan penarikan kesimpulan (verifikasi).

a. Tahap Reduksi Data

Reduksi data adalah proses data kasar dan masih mentah yang berlangsung terus menerus selama penelitian berlangsung melalui tahapan pembuatan ringkasan, memberi kode, menelusuri tema dan menyusun ringkasan. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang

¹⁷ Sugiyono, *Op. Cit*, h.244.

¹⁸ Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h.129.

¹⁹ Sugiyono, *Op. Cit*, h.244.

menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisirkan data dengan sedemikian rupa hingga kesimpulan akhirnya dapat di tarik.

b. Tahap Penyajian Data atau Display Data

Setelah mendapatkan data mentah, maka langkah selanjutnya adalah menuangkan data tersebut kedalam matrik, grafik, jaringan dan bagan untuk memberikan gambaran yang utuh terkait data yang kita dapatkan. Hal ini di dirancang untuk menggabungkan informasi yang penulis dapatkan dalam bentuk tersusun dan padu sehingga terbentuk dalam bentuk yang padu dan mudah untuk diraih.

c. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi

Verifikasi atau penarikan kesimpulan, merupakan poin terakhir dalam penelitian, yakni dengan mengamati dan menganalisis data yang telah diorganisasikan dalam bentuk matrik, untuk mendapatkan satu kesimpulan dalam penelitian, yang selanjutnya disebut sebagai hasil penelitian.

H. Tinjauan Pustaka

Dalam melakukan penelitian ini penulis mengadakan telaah pustaka, penulis menemukan skripsi yang memiliki kemiripan judul yang akan penulis teliti, judul skripsi itu antara lain:

1. Skripsi Aen Istianah Afiati, NPM 11730119, Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi dan Humainiora, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

dengan judul “Komunikasi persuasif dalam pembentukan sikap (studi deskriptif kualitatif pada pelatihan pendidikan militer Tamtama TNI AD di sekolah calon tamtama rindam IV Dipenogoro).” Tahun 2015. Skripsi ini membahas tentang proses pembentukan karakter sikap dan perilaku militer calon tantama.²⁰ Dengan tujuan, mengetahui komunikasi persuasif yang digunakan dalam pembentukan sikap pada pelatih Pendidikan militer di Sekolah calon Tantama (Secata) Rindam IV Dipenogoro Kebumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan Deskriptif Kualitatif, dengan teknik Sampling *Purposive Sampling* dan di analisis dengan model Miles dan Huberman.

Adapun hasil penelitian tersebut adalah pelatih melakukan Komunikasi Persuasif dengan cara personal saat bimbingan pengasuhan dan keteladanan dari pelatih, melalui motivasi kepada calon Tantama, menjelaskan dan merinci tugas – tugas, dan memberikan contoh dan peragaan secara visual.

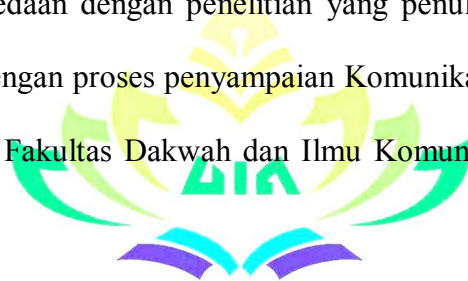
perbedaan dengan penelitian yang penulis teliti adalah yang menyampaikan komunikasi persuasif, yakni Dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi dalam membina Kode Etik Mahasiswa.

2. Skripsi Septian Hadi Rahmawan, NPM 6662100976, Ilmu Komuniasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Banten, dengan judul “ Pengaruh Komunikasi Persuasif terhadap Kesadaran Pajak Pedagang di Rangkasbitung)” tahun 2014. Skripsi ini membahas tentang Pengaruh Komunikasi Persuasif terhadap kesadaran Pajak Pedagang di

²⁰ Aen Istianah Afiati, *Komunikasi Persuasif dalam Pembentukan Karakter (studi deskriptif kualitatif pada pelatih pendidikan Tamtama TNI AD di sekolah calon Tamtama Rindam IV Dipenogoro Kebumen)*, (Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Humainiora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015)h.7.

Rangkasbitung. Penelitian ini bertujuan mengukur komunikasi persuasif dalam kegiatan sosialisasi PP 46 tersadap kesadaran pajak pedagang di Rangkasbitung.²¹ Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien korelasi antara pengaruh komunikasi persuasif terhadap kesadaran pajak pedagang sebesar 0,514 atau sama dengan 51,3%, dan menunjukkan komunikasi persuasif ada hubungan dalam memengaruhi pedagang di Rangkasbitung.

Adapun perbedaan dengan penelitian yang penulis teliti adalah metode yang digunakan, dengan proses penyampaian Komunikasi Persuasif dari dosen kepada mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.



3. Skripsi Anggun Ekawati, NPM 1341010035, Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, dengan judul “Komunikasi Persuasif Da’i Terhadap Masyarakat Yang Berbeda Madzhab Di Dusun Pasar Lama Labuhan Maringai Lampung Timur” tahun 2015. Skripsi ini membahas tentang proses penyampaian komunikasi persuasif da’i kepada mad’u dalam memengaruhi pemahaman dalam hal perbedaan madzhab oleh masing-masing madzhab di Dusun Pasar Lama Labuhan Maringai Lampung Timur.²² Penelitian ini menggunakan teknik *Random Sampling* yakni pengambilan sampel secara acak dan tanpa pandang bulu. Penelitian ini menghasilkan suatu kesimpulan, bahwa

²¹ Septian Hadi Rahmawan, *Pengaruh Komunikasi Persuasif terhadap Kesadaran Pajak Pedagang di Rangkasbitung*, (Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sultan Ageng Banteng, 2014), h.10.

²² Anggun Ekawati, *Komunikasi Persuasif Da’i Terhadap Masyarakat Yang Berbeda Madzhab Di Dusun Pasar Lama Labuhan Maringai Lampung Timur*, (Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017), h.2.

komunikasi persuasif yang dilakukan oleh da'i kepada mad'u yang berbeda madzhab, sangat efektif untuk dilakukan.

Tentu hal ini sangat berbeda dengan penelitian yang penulis ajukan. Perbedaannya terletak kepada proses penyampaian pesan persuasif dosen kepada mahasiswa akan pentingnya mentaati Kode Etik Mahasiswa yang telah dibuat oleh Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.





BAB II

KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM PEMBINAAN KODE ETIK MAHASISWA

A. Komunikasi Persuasif

1. Pengertian Komunikasi Persuasif

Komunikasi secara bahasa berasal dari bahasa latin *Communicatio* yang bersumber dari kata *Communis* yang memiliki arti sama, yakni sama makna mengenai suatu hal.²³ Sedangkan istilah “*persuasi*” atau dalam bahasa inggris “*Persuasion*” berasal dari kata latin “*Persuasion*” yang secara harfiah berarti hal membujuk, mengajak, atau meyakinkan.²⁴

Di dalam ilmu komunikasi kita mengenal adanya komunikasi persuasif, yaitu komunikasi yang bersifat memengaruhi *audience* atau komunikannya, dengan cara yang santun untuk bertindak sesuai dengan yang dikehendaki oleh komunikator.

De Vito dalam buku antar manusia, mengatakan bahwa pembicaraan persuasif mempertengahan pembicaraan yang sifatnya memperkuat, memberikan ilustrasi, dan menyodorkan informasi kepada khalayak. Akan tetapi, tujuan pokoknya adalah menguatkan atau merubah sikap dan perilaku, sehingga penggunaan fakta, pendapat dan himbauan motivasional harus bersifat memperkuat tujuan persuasif.²⁵

²³Onong Uchjana Effendy, *Op.Cit*,h.3

²⁴Mulyana Deddy, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosdakarya 2011), h.77.

²⁵*Op.Cit*,h.78.

Menurut Ronald L. Applevaum dan Karl W.E. Atenol (1974) dalam Malik dan Irianta, “persuasi adalah proses komunikasi yang kompleks ketika individu atau kelompok mengungkapkan pesan baik secara sengaja atau tidak sengaja, melalui cara verbal dan nonverbal untuk memperoleh respon tertentu dari individu atau kelompok lain²⁶. Sedangkan Menurut Applbaum, dalam buku Komunikasi Persuasif Nabi dalam Pembangunan Masyarakat Madani, persuasif adalah proses komunikasi yang dilakukan orang untuk menyampaikan cara verbal atau non verbal dengan tujuan untuk memperoleh tanggapan tertentu dari orang lain. Sedangkan menurut Larson, persuasif adalah sebuah proses yang mengubah sikap, kepercayaan pendapat atau tingkah laku penerima yang diakibatkan oleh penggunaan simbol-simbol.²⁷

Berdasarkan beberapa pengertian komunikasi menurut para ahli di atas, maka komunikasi dapat diartikan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media, untuk terciptanya kesamaan pemahaman diantara kedua belah pihak. Sedangkan yang dimaksud dengan komunikasi persuasif adalah komunikasi yang dilakukan oleh Komunikator kepada komunikan dengan cara santun dan dengan pendekatan emosional yang tepat guna untuk merubah, mempengaruhi, dan membujuk komunikan melaksanakan apa yang disampaikan oleh komunikator.

²⁶ Onong Uchjana Effendi, *Op.Cit.* h.37.

²⁷ *Ibid* h.23.

2. Unsur -Unsur Komunikasi

Sebelum komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan, ada beberapa unsur komunikasi yang harus kita perhatikan, sehingga komunikasi yang kita lakukan memenuhi unsur-unsur komunikasi dan bernilai persuasif. Adapun unsur – unsur dalam komunikasi yang harus kita perhatikan adalah :

a. Komunikator.

Komunikator adalah orang yang menyampaikan komunikasi kepada komunikan atau pendengar dalam rangka bertukar informasi. Sedangkan cara agar komunikasi yang dilakukan oleh komunikator menjadi persuasif, maka komunikator harus mempunyai kredibilitas yang tinggi. Kredibilitas di sini adalah komunikator mempunyai pengetahuan, memahami dengan baik tentang apa yang disampaikannya. Adapun komunikator dalam penelitian ini adalah pengurus UKMF RABBANI.

b. Pesan.

Pesan adalah informasi yang disampaikan oleh komunikator atau komunikan dengan tujuan bertukar informasi serta mengubah pikiran, dan tingkah laku pendengar untuk mengikuti pesan yang disampaikan oleh komunikator. Adapun pesan yang disampaikan oleh komunikator adalah kode etik mahasiswa UKMF RABBANI.

c. Saluran

Saluran atau media adalah sarana atau alat yang digunakan oleh komunikator dalam menyampaikan pesan kepada komunikan dengan menyesuaikan karakteristik kelompok, budaya, bahasa, kebiasaan, maupun

tingkat pendidikan dari komunikan, sehingga berjalan dengan efektif dan sesuai dengan komunikannya.

Dalam penelitian ini, saluran yang digunakan oleh penulis adalah liflet dan pamflet digital yang disebarakan melalui media digital UKMF RABBANI.

d. Penerima.

Penerima adalah orang yang menjadi *partner* komunikator dalam berbicara atau biasa disebut dengan komunikan. Dalam berkomunikasi, sasaran komunikasi juga perlu menjadi perhatian. Bagaimana karakteristik kelompok sasaran, baik budaya, bahasa, kebiasaan, maupun tingkat pendidikan, dan lain-lain, sangat dibutuhkan dalam merangkai pesan yang akan disampaikan.²⁸ Adapun komunikan dalam penelitian ini adalah pengurus atau kader UKMF RABBANI angkatan 2017-2018 jurusan KPI.

3. Ciri - Ciri Komunikasi Persuasif

Komunikasi Persuasif adalah komunikasi yang memandang nilai psikologis dan sosiologis seseorang yang diteliti. Adapun Komunikasi persuasive memiliki ciri-ciri, yaitu :

- a. Kejelasan tujuan.
- b. Memikirkan secara cermat orang yang dihadapi.
- c. Memilih strategi komunikasi yang tepat.²⁹

²⁸ *Ibid*, h.80.

²⁹ Onong Uchjana Effendi, *Op.Cit*.h.39.

Berdasarkan ciri-ciri di atas dapat kita uraikan sebagai berikut :

a. Kejelasan tujuan

Tujuan komunikasi persuasif adalah untuk mengubah sikap, pendapat, dan perilaku komunikan, sehingga bertindak sesuai dengan yang di inginkan oleh komunikator.

b. Memikirkan secara cermat orang yang dihadapi.

Sasaran persuasi memiliki keragaman yang cukup kompleks. Keragaman tersebut dapat dilihat dari karakteristik demografis, jenis kelamin, level pekerjaan, suku, bahasa hingga gaya hidup.

c. Memilih strategi komunikasi yang tepat.

Strategi komunikasi persuasif merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi persuasif dengan manajemen komunikasi.³⁰

4. Prinsip dan Tujuan Komunikasi Persuasif

Ada empat prinsip dasar dalam komunikasi persuasif yang dapat menentukan efektivitas dan keberhasilan komunikasinya, yakni sebagai berikut:

a. Prinsip pemaparan yang selektif (*The Selective Exposure Principle*).

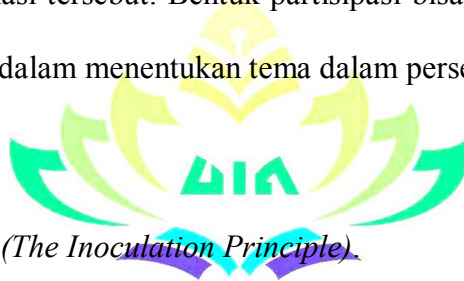
Prinsip ini menyatakan bahwa pada dasarnya audiens akan mengikuti hukum pemaparan selektif, yang menegaskan bahwa audiens akan secara aktif mencari informasi yang sesuai dan mendukung opini, keyakinan, nilai, keputusan dan perilaku mereka, dan sebaliknya audiens

³⁰ *Ibid.* h.40.

akan menolak atau menghindari informasi-informasi yang berlawanan dengan opini, kepercayaan, sikap, nilai, dan perilaku mereka.

b. Prinsip Partisipasi Audiens (*The Audience participation Principle*)

Prinsip ini menyatakan bahwa daya persuasif suatu komunikasi akan semakin besar manakala audiens berpartisipasi secara aktif dalam proses komunikasi tersebut. Bentuk partisipasi bisa dalam berbagai bentuk aktivitas, seperti dalam menentukan tema dalam persentasi, membuat slogan, dan lain-lain.



c. Prinsip Sutikan (*The Inoculation Principle*).

Audiens telah memiliki pendapat dan keyakinan tertentu, maka pembicaraan komunikasi persuasif biasanya dimulai dengan memberi pembenaran dan dukungan atas keyakinan dan pengetahuan yang dimiliki audiens.

d. Prinsip perubahan yang besar (*The Magnitude of Change Principle*).

Prinsip ini menyatakan bahwa semakin besar, semakin cepat dan semakin penting perubahan yang ingin dicapai, maka seorang da'i mempunyai tugas dan kerja yang lebih besar, serta komunikasi yang dilakukan membutuhkan perjuangan yang lebih besar³¹

³¹ James G. Bobbins dan Barbara S.Jones, *Komunikasi Yang Efektif*, (Jakarta: CV Pedoman Ilmu Jaya, 2006), h. 16.

Sedangkan tujuan komunikasi persuasif yang dianggap penting ada dua, yaitu:

- 1) Mengubah atau menguatkan keyakinan (*belive*) dan sikap (*attitude*) audiens
- 2) Mendorong audiens melakukan sesuatu atau memiliki tingkah laku (*behavio*) tertentu yang diharapkan.

5. Tahapan-Tahapan Komunikasi Persuasif

Tercapainya komunikasi persuasif apabila dalam pelaksanaannya dilaksanakan dengan sistematis. Dalam melaksanakan komunikasi, ada satu pedoman yang dijadikan landasan dalam membuat tahapan dalam komunikasi persuasif. Adapun formula tersebut disebut AIDDA, yaitu:

- a. Attention (Perhatian) yang dimaksud disini adalah khalayak dapat memperhatikan pesan yang disampaikan komunikator secara sengaja, karena ia berkeinginan untuk mendengarkannya.
- b. Inters (Minat), pada tahap ini kita berusaha agar khalayak menyetujui gagasan yang kita kemukakan atau memahami pokok yang kita sampaikan.
- c. Desire (Hasrat), pada tahap ini dalam diri khalayak timbul keinginan untuk melakukan perubahan dan berusaha untuk merealisasikannya
- d. Decition (Keputusan), pada tahap ini khalayak dapat menentukan tindakan yang diambilnya.

- e. Action (Kegiatan), ialah merumuskan tahapan visualisasi dalam bentuk sikap dan keyakinan tertentu, atau tindakan yang nyata.³²

6. Teknik Komunikasi Persuasif

Salah satu faktor pendukung agar terwujudnya tujuan dan sasaran komunikasi adalah pemilihan teknik yang sesuai dengan penelitian, sistematis dan sesuai dengan situasi dan kondisi komunikan. Teknik komunikasi persuasif adalah cara seorang komunikator dalam mengomunikasikan kepada komunikan dengan tujuan mengubah sikap dan tingkah laku komunikan dengan cara-cara yang lembut. Dengan demikian, diharapkan komunikan dapat menerima apa yang disampaikan oleh komunikator dengan senang hati dan tidak merasa dipaksa oleh siapapun. Kesediaan itu timbul dari komunikan sebagai akibat terdapatnya dorongan atau rangsangan tertentu yang menyenangkan.

Komunikasi persuasif, sebagai bagian dari jenis komunikasi dalam penerapannya menggunakan beberapa teknnin. Effendy menyebutkan, sedikitnya terdapat lima teknnin yang termasuk kedalam katagori persuasif, yaitu teknnin asosiasi, teknnin integrasi, teknnin ganjaran (*Pay off technique*), teknnin tataan (*icing technique*), dan teknnin *red-hearing*. Adapun penjelasan dari kelima teknnin tersebut yaitu:


a. Teknik *Asosiasi*

Teknik Asosiasi adalah teknik penyampaian pesan komunikasi dengan cara menempatkan pada satu objek atau peristiwa yang sedang menarik

³² Jalaludin Rahmad, *Retorika Moderen: Pendekatan Praktis* (Bandung: Rosdakarya, 2008), h.37.

perhatian komunikan.³³ Sebagai contoh, seorang mubaligh yang hendak menyampaikan pesan Alquran tentang akibat buruk yang akan dialami oleh orang-orang yang melakukan kerusakan di muka bumi, maka secara persuasif ia dapat mengasosiasikannya dengan berbagai bencana alam, seperti banjir atau gempa bumi yang banyak terjadi dan menarik perhatian audiens saat pesan tersebut disampaikan.

b. Teknik Integrasi



Teknik integrasi adalah teknik panyampaian pesan dengan cara mengikut sertakan komunikan dan sesuatu kegiatan atau usaha dengan maksud menumbuhkan pengertian. Contoh metode integrasi ini adalah penggunaan kata 'kita' bukan perkataan 'saya' atau 'kami' ketika berkomunikasi dengan komunikan.³⁴

c. Teknik Ganjaran (*pay off technique*)

Teknik ganjaran adalah kegiatan untuk mempengaruhi komunikan dengan cara mengiming-imingi hal yang menguntungkan atau menjanjikan akan harapan bagi komunikan. Teknik ini sering dipertentangkan dengan teknik membangkitkan rasa takut (*fear arousing technique*), yakni suatu cara yang bersifat menakut-nakuti atau menggambarkan konsekuensi buruk. Jadi kalau *pay off technique* menggambarkan ganjaran (*rewarding*), maka *fear arousing technique* menunjukkan hukuman (*punishment*).


22. ³³ Onong Uchjana. *Dinamika Komunikasi*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1992), h.

³⁴ *Ibid.*, h. 23.

d. Teknik Tataan (*Icing Technique*)

Teknik tataan adalah persuasi dengan jalan mengadakan kebangkitan emosi (*emotional appeals*). Dengan teknik ini, pesan ditata atau disusun sedemikian rupa agar dapat disampaikan lebih menarik perhatian dan minat komunikan. Contoh dari teknik ini adalah pesan-pesan Islam yang disampaikan melalui kemasan sinetron, kesenian, dan sebagainya.

e. Teknik *Red-Herring*



Istilah *red-herring* diambil dari sejenis ikan yang mempunyai kebiasaan untuk membuat gerak-gerik tipu ketika diburu oleh binatang lain atau manusia.³⁵ Berdasarkan analogi tersebut, maka *red-herring* dalam persuasif adalah cara mengelakkan dengan argumentasi dari bagian-bagian yang lemah untuk kemudian dialihkan sedikit demi sedikit kepada bagian-bagian yang dikuasai. Sebagai contoh, ketika mahasiswa presentasi makalah, ketika ada pertanyaan yang susah, maka pemakalah akan mencari cara untuk menarik persoalan yang tidak ia fahami, kepada persoalan yang ia fahami.


7. Teori-Teori Komunikasi Persuasif

Pawit M. Yusuf ketika membahas teori-teori komunikasi persuasif kontekstual, ia mengemukakan ada 12 teori atau model yang termasuk ke

³⁵ *Ibid*,h.24.

dalam pembahasan tersebut.³⁶ Di sini, akan dikemukakan empat teori yang mewakili teori-teori tersebut, kemudian dapat dijadikan dasar untuk menganalisis komunikasi persuasif dalam penelitian ini, yaitu *Inoculation Theory* (Teori Suntikan) , *Rank's Model* (Teori Dua Strategi), *Source Credibility Theory* (Teori Kredibilitas Sumber) dan *Reinforcement Theory* (Teori Penguatan).

a. *Inoculation Theory*




Teori ini di ungkapkan pertama kali oleh William McGuire tahun 1961. Teori ini menjelaskan, bahwa seseorang memiliki sifat kekebalan atau ketahanan yang lebih besar terhadap diri seseorang. Atau secara sederhana dapat difahami bahwa seseorang mampu menguatkan atau menimbulkan ketahanan pada diri seseorang lainnya. Sehingga, dalam membentuk kekebalan imunitas (ketahanan) seseorang, dimulai dengan memberikan suplai informasi kepada penerima yang dilakukan sebelum komunikasi terjadi, dengan harapan informasi yang dikirimkannya mampu membuat penerima lebih resisten terhadap persuasi.

Sebagaimana telah dikemukakan di atas, untuk lebih memudahkan dalam memahami teori *Inoculation* ini, analogi yang diberikan adalah kekebalan tubuh manusia. Tubuh manusia pada dasarnya adalah rentan terhadap penyakit yang datangnya dari luar. Akan tetapi, pemberian imunisasi (suntikan kekebalan) ke dalam tubuh seseorang dapat

³⁶ Pawit M. Yusuf, *Lock. Cit.* h.108.

menjadikannya lebih kebal terhadap penyakit-penyakit yang mungkin datang menyerang. Dengan kata lain, seseorang yang memiliki keyakinan-keyakinan dasar kuat tentang sesuatu, maka ia memiliki resistensi yang kuat pula terhadap persuasi. Imunitas (kekebalan) seseorang dapat ditingkatkan dengan memberikan rangsangan komunikasi yang dapat menyentuh jiwa komunikan, menambah pengetahuan komunikan, dan argumen-argumen, mengapa komunikan harus melakukan apa yang kita sampaikan.



Berdasarkan pemaparan teori *Inoculation* diatas, maka dapat di fahami seorang *Persuaderss* dalam memengaruhi orang lain, dapat membangkitkan resistensi komunikan dengan cara memberikan suplai informasi kepada komunikan, dengan cara membangun pengetahuan komunikan, serta argumen-argumen penguat apa yang disampaikan oleh *Persuaders*.

b. *Rank's Model*

Teori ini dikembangkan oleh Hugh Rank pada tahun 1976, Lengkapnya teori ini disebut dengan *Rank's Model of Persuasion*. Teori ini menegaskan bahwa *persauders* (orang-orang yang melakukan persuasi) menggunakan dua strategi utama guna mencapai tujuan-tujuannya. Dua

strategi ini secara baik disusun ke dalam dua skema, yaitu *intensify* (pemerkuatan, pengintensifan) dan *downplay* (pengurangan).³⁷

Teori *Rank's Model of Persuasion* ini mengatakan bahwa seorang *persuaders* dalam melakukan persuasi terhadap orang lain, ia dapat memperkuat atau mengintensifkan pesan-pesan yang disampaikan dengan cara menyampaikan kelebihan, dan mengurangi kekuatan pesan-pesan yang datang dari luar dengan cara menyampaikan kekurangan atau kelemahannya.

Sebagai contoh, seorang penjual produk buku yang hendak melakukan persuasi kepada orang lain agar membelinya, maka ia dapat menempuh dua cara secara bersamaan, yakni mengungkapkan kelebihan-kelebihan produk yang ia tawarkan dan mengungkapkan kelemahan-kelemahan atau kekurangan produk buku yang lain. Dengan demikian, calon konsumen akan dengan sendirinya memutuskan untuk menerima produk yang ia tawarkan dibandingkan produk lain karena pemahaman yang telah dibangun oleh *persuaders*.

c. *Source Credibility Theory*

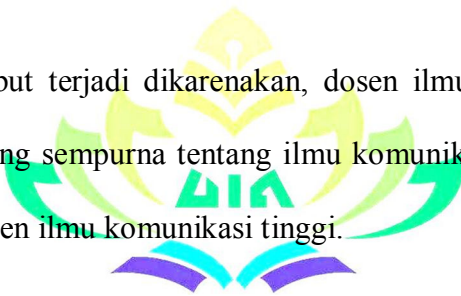
Teori ini dikembangkan oleh Hovland, Janis, dan Kelly pada tahun 1953. Teori ini menjelaskan bahwa seseorang dimungkinkan lebih mudah

³⁷ *Ibid.*, h. 112.

dibujuk (dipersuasi) jika sumber-sumber persuasinya (bisa komunikator itu sendiri) memiliki kredibilitas yang cukup.³⁸

Contoh, ketika kita mempelajari Ilmu Komunikasi di perguruan tinggi, kemudian mengalami kesusahan dalam memahami istilah dalam ilmu komunikasi, maka kita akan lebih mempercayai penjelasan seorang dosen ilmu komunikasi dibandingkan dosen non ilmu komunikasi.

Hal tersebut terjadi dikarenakan, dosen ilmu komunikasi memiliki pemahaman yang sempurna tentang ilmu komunikasi, sehingga membuat kredibilitas dosen ilmu komunikasi tinggi.



Berdasarkan Teori Kredibilitas Sumber ini, dapat diketahui bahwa dalam melakukan persuasi kepada seseorang atau kelompok di tengah-tengah masyarakat, maka kredibilitas komunikator sangat berpengaruh dalam menyampaikan pesan-pesan kepada komunikan yang hendak ia persuasi.

d. Reinforcement Theory

Reinforcement Theory atau teori penguatan dikembangkan oleh Hovland, Janis, dan Kelly pada tahun 1967. Teori ini menjelaskan bahwa faktor penguatan (*reinforcement*) dapat mengubah pandangan dan sikap seseorang. Bentuk penguatan itu meliputi pemberian perhatian (*attention*)

³⁸ *Ibid.*, h. 114.

Bentuk penguatan itu, seperti pemberian perhatian (*attention*), pemahaman (*comprehension*), dan dukungan penerimaan (*acceptance*).

Sebelum pendapat atau pandangan baru diadopsi, audiens biasanya mempertimbangkan aspek atensi, komprehensi, dan akseptasi (perhatian, pemahaman, dan kedudukan penerimaan).³⁹

Berdasarkan teori ini, maka komunikator yang hendak melakukan persuasif perlu menyusun pesan-pesan yang ingin disampaikan dengan dikemas dalam bentuk motivasi-motivasi penggugah jiwa.

B. Pembinaan Kode Etik Mahasiswa

1. Pengertian Pembinaan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Pembinaan berasal dari kata dasar “bina” yang mendapatkan awalan “pe” dan akhiran “an” yang mempunyai arti perbuatan, cara. Pembinaan berarti “kegiatan yang dilakukan secara efisien dan efektif untuk memperoleh hasil yang lebih baik.

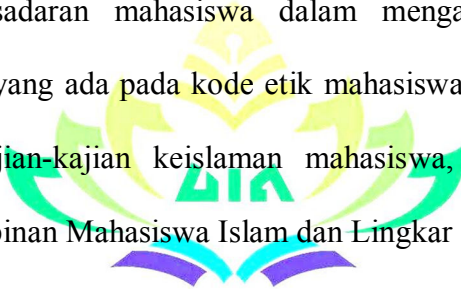
Menurut A. Mangunhardja, pembinaan adalah suatu proses belajar dengan mempelajari hal-hal yang belum dimiliki dengan tujuan membantu orang yang menjalani, untuk membetulkan dan mengembangkan pengetahuan dan kecakapan yang sudah ada serta mendapatkan pengetahuan dan kecakapan yang baru untuk mencapai tujuan hidup dan kerja, yang dijalani secara lebih efektif.⁴⁰

³⁹ *Ibid.*, h. 118.

⁴⁰ A. Mangunhardja, *Pembinaan Arti dan Metodenya*, (Yogyakarta: Kanisus, 1986), h. 12.

Sedangkan pengertian dari Kode Etik adalah seperangkat norma dan peraturan yang mengatur sikap, perkataan, perbuatan dan busana mahasiswa IAIN Raden Intan Lampung yang telah ditetapkan oleh Rektor.⁴¹

Dari rumusan di atas, maka yang dimaksud dengan pembinaan Kode Etik Mahasiswa adalah suatu usaha secara sadar, terencana dan tersistem yang dilakukan oleh UKMF RABBANI untuk mengarahkan, membimbing, dan meningkatkan kesadaran mahasiswa dalam mengamalkan nilai – nilai akhlakul karimah yang ada pada kode etik mahasiswa melalui program kerja dalam bentuk kajian-kajian keislaman mahasiswa, *Tarbiyah Tsaqofiyah*, Latihan Kepemimpinan Mahasiswa Islam dan Lingkar Studi Islam.



2. Hakikat dan Tujuan Pembinaan Kode Etik Mahasiswa

Pada hakikatnya pembinaan kode etik mahasiswa adalah proses pembentukan, pengarahan, dan peningkatan kesadaran mahasiswa akan pentingnya kode etik mahasiswa diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, sehingga terbentuk akhlakul karimah bagi mahasiswa – mahasiswa UIN Raden Intan Lampung.

Adapun tujuan pembinaan kode etik mahasiswa adalah membina, memelihara dan mengarahkan mahasiswa-mahasiswi UIN Raden Intan Lampung untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya kode etik mahasiswa-mahasiswi diterapkan, sehingga terbentuk sarjana yang

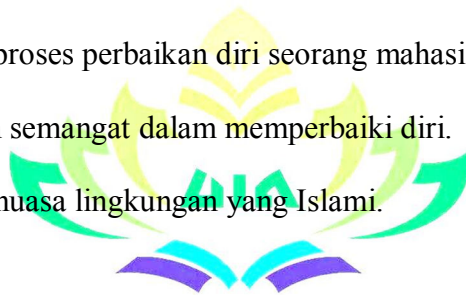
⁴¹ Buku pedoman akademik, kode etik mahasiswa dan kalender akademik, (IAIN Raden Intan Lampung, 2013) h. 62.

berakhlakul karimah serta terciptanya suasana yang kondusif bagi kelangsungan proses pembelajaran IAIN Raden Intan Lampung.⁴²

3. Manfaat pembinaan Kode Etik Mahasiswa

Adapun manfaat adanya pembinaan Kode Etik Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung adalah:

- a. Terarahnya mahasiswa-mahasiswi pada akhlakul karimah.
- b. Terpantaunya proses perbaikan diri seorang mahasiswa.
- c. Menumbuhkan semangat dalam memperbaiki diri.
- d. Menuansakan nuasa lingkungan yang Islami.



4. Metode dan Teknik Pembinaan Kode Etik Mahasiswa

Metode secara *harfiah* berarti cara atau prosedur yang dipakai untuk mencapai tujuan tertentu.⁴³ Sedangkan menurut Mulyanto Sumardi, metode sebagai rencana yang menyeluruh yang berhubungan dengan penyajian materi pelajaran secara teratur dan tidak saling bertentangan yang didasarkan atas *approach*⁴⁴

Dalam Ilmu Dakwah, Prof. Syaikh Ali Mahfuzh mengatakan ada tiga metode dakwah Islam yang terdapat dalam QS An-Nahl [15]:125 yang dapat digunakan sebagai metode dalam membina kode etik mahasiswa, adapun tiga metode tersebut yaitu:

⁴² IAIN Raden Intan Lampung, *Pedoman Organisasi Kemahasiswaan dan Kode Etik Mahasiswa*, (2016), h.59.


⁴³ M. Sobry Sutikno, *Metode dan Model-Model Pembelajaran*, (Lombok: Holistica, 2014), h.33.

⁴⁴ Ahmad Tafsir, *Pendidikan Agama dan Keluarga*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1996), h.51.

a. Metode Bil Hikmah.

Allah SWT memerintahkan Rasulnya Muhammad *shalallahu 'alaihi wassalam* agar menyeru manusia kepada jalan Allah SWT dengan hikmah. Ibnu Jarir mengatakan, hikmah yaitu apa yang diturunkan kepadanya dari al-qur'an dan as-sunnah.⁴⁵ Sedangkan di dalam tafsir al misbah, hikmah berarti yang paling utama dari segala sesuatu, baik pengetahuan maupun perbuatan.⁴⁶

b. Metode Maudzoh hasanah (Pengajaran Baik).



Dalam menafsirkan ayat “*wal mauidzhotil hasanah*” imam Ibnu Katsir mengatakan, pelajaran yang baik yakni apa yang terkandung di dalamnya (Al-Qur'an) baik itu berupa larangan-larangan maupun realita yang menimpa ummat manusia. Hal ini disampaikan kepada mereka dengan bahasa yang baik agar mereka bersikap waspada (hati-hati) terhadap siksaan Allah.

Dalam menyampaikan materi dakwah ini, seorang da'i diharapkan menyampaikan hal – hal yang diperintahkan dan di larang oleh Allah Swt dengan pendekatan komunikasi yang baik kepada mad'unya, sehingga mad'u akan lebih mudah memahami pesan dakwah yang disampaikan oleh seorang da'i.

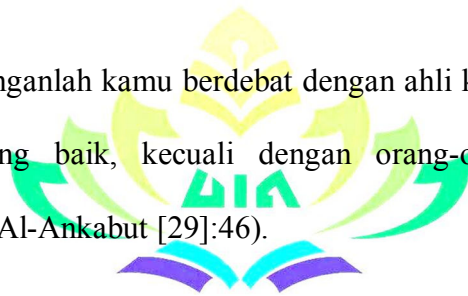
⁴⁵ Ibnu Katsir, *Tafsir Ibnu Katsir terjemahan*, (Solo:Insan Kamil,2017),h.173.

⁴⁶ M.Quraish Shihab, *Tafsir Al – Misbah Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*, (Jakarta:Lentera Hati,2002)h.384.

c. Metode Mujadalah (Bertukar pikiran).

Pada ayat ini imam Ibnu Katsir mengatakan bahwa yang dimaksud dengan bantahlah mereka dengan cara yang baik, berarti siapa diantara mereka yang membutuhkan kepada diskusi dan perdebatan, maka hendaklah itu dilakukan dengan cara yang baik, lemah lembut serta tutur kata yang baik. Sebagaimana dalam firman Allah SWT yang artinya:

Dan janganlah kamu berdebat dengan ahli kitab melainkan dengan cara yang paling baik, kecuali dengan orang-orang zhalim diantara mereka.... (QS. Al-Ankabut [29]:46).



Allah SWT memerintahkan beliau agar bersikap lemah lembut, sebagaimana yang Allah perintahkan kepada nabi Musa dan Harun *'alaihissala tuassalam* tatkala keduanya diutus kepada fir'aun sebagaimana yang disebutkan dalam firmanNya, yang artinya:

Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan ia ingat atau takut....(QS. Thaha [20]:44).

Dalam melaksanakan pembinaan kode etik mahasiswa, maka tidak hanya cukup dengan metode yang tepat, tetapi harus di iringi dengan pemilihan teknik yang tepat pula. Adapun teknik dalam pembinaan kode etik mahasiswa diantaranya:

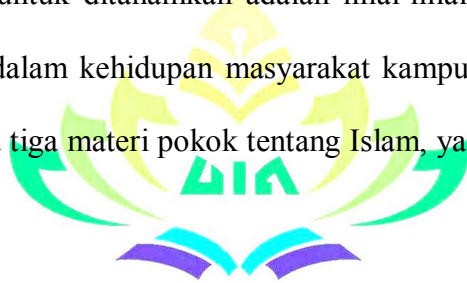
- a. Ceramah adalah teknik pembelajaran yang dilakukan dengan penyajian materi melalui penjelasan lisan oleh seorang guru kepada peserta didiknya.
- b. Tanya jawab adalah cara penyajian pelajaran dalam bentuk pertanyaan yang harus dijawab, terutama dari guru kepada peserta didiknya atau dari peserta didik kepada gurunya.
- c. Diskusi adalah teknik yang menitik beratkan pada pendalaman dan pemecahan masalah antara seorang guru dengan muridnya.
- d. Kisah/cerita adalah teknik yang menitik beratkan pada penyampaian pesan-pesan dari kisah-kisah yang ada di dalam Al-Qur'an dan *Sirah Nabawiyah*.
- e. Suri Tauladan adalah teknik yang menitik beratkan pada keteladanan yang baik untuk menumbuhkan hasrat bagi orang lain untuk meniru atau mengikuti apa yang ia lakukan.⁴⁷

Dalam penelitian ini metode dan teknik yang dimaksud penulis adalah cara-cara yang digunakan oleh UKMF RABBANI bagi kader UKMF RABBANI (Mahasiswa-Mahasiswi) Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung melalui materi-materi keislaman yang dikemas dalam bentuk kajian-kajian keislaman Mahasiswa.

⁴⁷ *OP.Cit*,h.49.

5. Materi Pembinaan Kode Etik Mahasiswa

Dalam melaksanakan pembinaan kode etik mahasiswa UKMF RABBANI telah menyiapkan beberapa jenis materi yang dimasukkan ke dalam program kerja. Adapun materi pokok pembinaan kode etik mahasiswa yang diupayakan untuk ditanamkan adalah nilai-nilai akhlakul karimah dan implementasinya dalam kehidupan masyarakat kampus. Dalam penelitian ini penulis fokus pada tiga materi pokok tentang Islam, yaitu: Aqidah, syariat dan Akhlak.



a. Tentang Aqidah

Aqidah secara etimologi berarti ikatan atau janji. Sedangkan menurut terminologi aqidah ialah suatu yang mengharuskan hati membenarkannya yang membuat jiwa tenang dan menjadi kepercayaan yang bersih dari kebimbangan dan keragu-raguan.

Sedangkan di dalam Al-Qur'an aqidah disebut dengan Iman, yang artinya membenarkan dalam hati, mengucapkan dengan lisan, dan melaksanakan dengan amal perbuatan (semua anggota badan). Mengenai Aqidah ini Rasulullah *Shalallahu 'alaihi wassalam* menjelaskan dalam sabdanya yang artinya :

Umar bin Khattab ra. berkata, suatu ketika kami (para sahabat) duduk dekat dengan Rasulullah *Shalallahu 'alaihi wassalam*. Tiba-tiba muncul kepada kami seorang lelaki mengenakan pakaian yang sangat putih dan rambutnya amat hitam. Tak terlihat padanya tanda-tanda bekas perjalanan dan tak ada seorangpun diantara kami yang mengenalnya. Ia segera duduk dihadapan Nabi, lalu lututnya disandarkan kepada lutut nabi dan meletakkan kedua tangannya di atas kedua paha nabi, kemudian berkata... kemudia ia bertanya lagi, beritahukan aku tentang Iman. Nabi menjawab, Iman adalah engkau beriman kepada Allah, malaikatnya, kitab-kitabnya, para rasulnya, hari akhir dan beriman kepada takdir Allah yang baik dan yang buruk... (HR.Muslim).⁴⁸

Menurut hemat penulis, materi tentang aqidah digunakan untuk membangun pondasi diri mahasiswa sebagai *agent of change* agar bertingkah laku sesuai yang di yakini dan di ajarkan dalam Islam.

b. Syariah

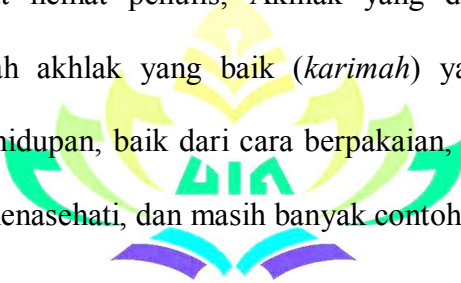
Syariah menurut etimologi berarti jalan, aturan. Sedangkan menurut terminologi syariah berarti norma yang mengatur hubungan manusia dengan tuhan (ALLAH) melalui ibadah, hubungan manusia dengan manusia melalui muamalah, dan hubungan manusia dengan alam semesta.

⁴⁸ Muhil Dhofir, *Terjemah Hadits Arbain An-Nawawiyah*, (Jakarta: Al-I'thisom Cahaya Ummat, 2008), h. 7.

c. Akhlak atau budi pekerti

Akhlak secara terminologi berarti kekuatan jiwa yang mendorong perbuatan-perbuatan dengan mudah dan spontan tanpa dipikir dan direnungkan lebih dahulu. Akhlak juga merupakan buah dari pemahaman yang diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Menurut hemat penulis, Akhlak yang diharapkan oleh semua kalangan adalah akhlak yang baik (*karimah*) yang diwujudkan dalam seluruh lini kehidupan, baik dari cara berpakaian, cara bertutur kata, cara bergaul, cara menasehati, dan masih banyak contoh yang lainnya.



BAB III

AKTIVITAS KOMUNIKASI PERSUASIF UKMF RABBANI DALAM PEMBINAAN KODE ETIK MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

A. Gambaran Umum UKMF RABBANI

1. Sejarah Singkat UKMF RABBANI

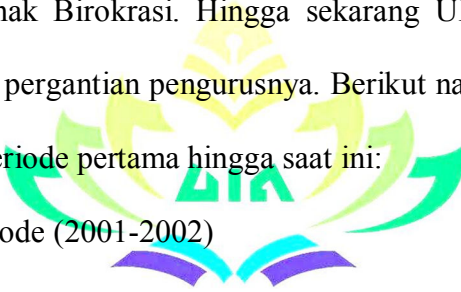
Unit Kegiatan Mahasiswa Fakultas (UKMF) Rohani Belia Bina Islam (RABBANI) merupakan unit kegiatan mahasiswa yang berdiri pada tanggal 25 Oktober 2008 yang pada sebelumnya telah melewati serangkaian proses yang sangat panjang. Bermula dari BIRO UKM BAPINDA dibawah struktur pengurus UKM BAPINDA, kemudian beralih menjadi UPT (Unit Pelayanan Teknis). Seiring berjalannya waktu Pada tahun 2004 BIRO UKM BAPINDA berubah menjadi UKMF ABABIL (Angkatan Belia Bina Islam) yang kemudian disahkan oleh Birokrasi Kampus. Saat itu Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi adalah Bunda Dra. Siti Binti Az.

Didalam perkembangannya, UKMF RABBANI aktif dalam kegiatan pembinaan kader dakwah dan Akhlakul karimah Mahasiswa, seperti Tasqif, Kajian keislaman, Lingkar Studi Islam (LSI) dan Bimbingan Bacaan Qur'an (Tahsinul Qur'an).

Seiring perkembangan waktu, UKMF ABABIL diminta pihak birokrasi untuk menggantikan nama. Setelah proses diskusi yang sangat

panjang antara pengurus UKMF ABABIL dengan Alumni UKMF ABABIL, Pada tanggal 26 Juni 2015 UKMF ABABIL (Angkatan Belia Bina Islam) berganti nama menjadi UKMF RABBANI (Rohani Belia Bina Islam) yang diusulkan oleh seorang pengurus dan di tetapkan pada musyawarah istimewa UKMF RABBANI.

Saat ini UKMF RABBANI memasuki umur 19 Tahun sejak di launching oleh pihak Birokrasi. Hingga sekarang UKMF RABBANI telah mengalami 19 kali pergantian pengurusnya. Berikut nama-nama ketua UKMF RABBANI, dari periode pertama hingga saat ini:

- 
1. Fajar periode (2001-2002)
 2. Ujang Samsir periode (2002-2003)
 3. Rahmat Ramdhani periode (2003-2004)
 4. Andi Kurniawan periode (2004-2005)
 5. Sofarudin Hasan periode (2005-2006)
 6. Rolis Ikhwanudin (2006-2007)
 7. Tiswadi (2007-2008)
 8. Yuli periode (2009-2010)
 9. Syarif Maulana Syardi periode (2010-2012)
 10. Selamat Riyadi periode (2012-2013)
 11. Budi Utomo periode (2013-2014)
 12. Rizki Vilansyah periode (2014-2015)
 13. Febri Irawan periode (2015-2016)
 14. Ridho Setiawan periode (2016-2017)

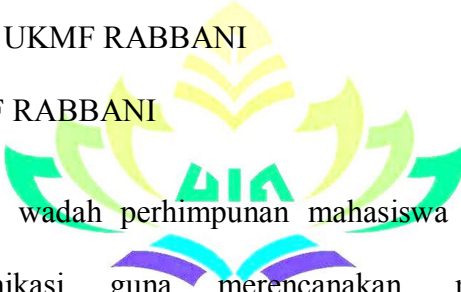
15. Rudiawan periode (2017-2018)

16. Edi Suhendar (2018-2019)

Tidak hanya pergantian ketua, keanggotaan juga mengalami pergantian yang berjalan dengan teratur. Mengingat ini organisasi kemahasiswaan, maka proses kaderisasi harus terus berjalan untuk mempertahankan organisasi tetap kokoh berdiri.

2. VISI dan MISI UKMF RABBANI

a. Visi UKMF RABBANI



Sebagai wadah perhimpunan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi guna merencanakan, mengembangkan dan melaksanakan kegiatan ekstrakurikuler yang berorientasi pada profesionalitas keilmuan, kreatifitas, minat dan bakat dalam mengembangkan dakwah Islamiyah dilingkungan Fakultas.

b. Misi UKMF RABBANI

- 1) Menciptakan suasana kampus yang dinamis penuh dengan nuansa keislaman.
- 2) Meningkatkan pemahaman keislaman mahasiswa.
- 3) Menjadi sarana bagi mahasiswa dalam rangka meningkatkan kemampuan akademisi yang dijiwai oleh semangat keislaman.⁴⁹
- 4)

⁴⁹ Dokumentasi UKMF RABBANI, 22 April 2019.

3. Struktur Organisasi Unit Kegiatan Mahasiswa Fakultas Rohani Belia Bina Islam (UKMF RABBANI)

(Terlampir).

4. Program Kerja UKMF RABBANI

Ada banyak teknik atau cara yang bisa kita lakukan dalam membina kader atau anggota dalam satu wadah organisasi, cara tersebut disesuaikan dengan jenis wadah pengembangan serta titik fokus pada wadah pengembangan karakter mahasiswa tersebut. Jika wadah suatu pengembangan karakter itu berupa organisasi ke-Islaman, maka teknik atau cara membinaanya menyesuaikan dengan wadahnya.

Dalam pembinaan kode etik mahasiswa, UKMF RABBANI menggunakan komunikasi persuasif yang di kemas dalam program kerja dengan jenis program kerja berupa kajian ke islamian yang terbagi dalam tiga aspek yaitu fikriyah, jasadiyah dan ruhiyah dengan harapan dapat membentuk kader yang mantap Aqidahnya, baik ibadahnya dan berakhlakul karimah.

Untuk menghantarkan kita penjelasan yang jelas, maka penulis akan menguraikan arti dari tiga aspek dalam program kerja UKMF RABBANI. Fikriyah merupakan jenis program kerja yang berkaitan dengan pembinaan wawasan keislaman mahasiswa, yang mencakup Aqidah, syariah dan akhlak serta menjadi program penambahan khazanah keilmuan mahasiswa.

Jasadiyah adalah program kerja yang berkaitan dengan kesehatan jasmani kader, program ini juga di desain agar kader tetap memiliki tubuh yang sehat meskipun aktivitas dakwah yang begitu padat. Sedangkan program

kerja ruhiyah adalah program kerja yang berkaitan dengan pengamalan nilai agama mahasiswa, program ini dibuat untuk menyelaraskan antara program fikriyah dengan penerapan nilai keislaman bagi diri kader.

Agar terfokus pada pembahasan pembinaan kode etik mahasiswa melalui komunikasi persuasif yang disampaikan oleh UKMF RABBANI maka akan penulis deskripsikan program kerja dari UKMF RABBANI yang terbagi menjadi tiga jenis kegiatan serta penulis jelaskan bagaimana hubungan program kerja tersebut dengan pembinaan kode etik mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

a. Program Fikriyah

- 1) Tastqif atau *tarbiyah tsaqofiyah* yaitu program kerja yang dilaksanakan setiap satu bulan sekali, dengan jenis materi yaitu (Aqidah, Sirah Nabawiyah, Fiqih dan akhlak) yang merupakan program penambah wawasan keislaman kader UKMF RABBANI agar terbentuk akhlakul karimah dalam setiap aktivitas kader.
- 2) Kajian Kontemporer yaitu kajian yang membahas isu – isu yang hangat. Sebagai contoh, UKMF RABBANI mengadakan kajian kontemporer tentang penembakan ummat Islam yang sedang sholat Jumat di dua masjid kota New Zaeland pada hari jum'at 22 Maret 2019.
- 3) Pelatihan design grafis adalah program kerja yang dibuat dengan tujuan seluruh kader UKMF RABBANI memahami dan mampu mengaplikasikan corel draw untuk membuat pamflet kegiatan dakwah.

4) GKM (Gerakan Kader Membaca) adalah program yang di buat untuk memberikan pemahaman kepada mahasiswa tentang sepuluh pribadi kader ideal (Aqidah yang benar, Ibadah yang benar, akhlak yang kokoh, berwawasan yang luas, pandai melawan hawa nafsu, teratur dalam segala urusan, kuat jasmaninya, berprestasi, bermanfaat bagi orang lain).

5) Kemah (Kreatifitas Muslimah) yaitu program yang di rencanakan untuk mengembangkan kreatifitas muslimah dalam menghasilkan karya berupa gantungan kunci, dan keset.⁵⁰

b. Program Ruhiyah

1) Mablit atau malam bina iman dan takwa adalah program yang dibuat untuk mengembalikan nuansa semangat dalam mendekatkan diri kepada Allah *subhanahu wata'ala*.

2) Jalasah ruhiyah adalah program kerja yang di buat untuk menyegarkan semangat dalam memperbaiki diri terutama hubungan dengan Allah dan manusia, hanya saja program ini dikhususkan untuk akhwat.

3) Stay (sebar tausiyah) adalah program yang memiliki tujuan memberikan suplemen tausiyah pada pengurus dan kader untuk senantiasa menambah semangat dalam meningkatkan kapasitas kebaikan.

⁵⁰ Dokumentasi UKMF RABBANI, 23 Februari 2019.

- 4) Ngaji bareng adalah program kerja yang digunakan untuk mensosialisasikan pentingnya tilawah al Qur'an di lingkungan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

c. Program Jasadiyah

- 1) Riyadhoh atau olahraga merupakan program yang dilakukan dalam satu periode empat sampai lima kali, dengan tujuan melatih fisik kader agar tetap sehat meski dalam banyak aktivitas kader.
- 2) Rihlah atau tadabur alam merupakan program yang dilaksanakan satu kali per periode, dengan tujuan menyegarkan kembali pikiran kader yang sehari-harinya berfikir tentang materi pembinaan yang diberikan oleh UKMF RABBANI.
- 3) Silat (Seni Bela Diri Akhwat) adalah program kerja yang bertujuan untuk menjaga diri kader UKMF RABBANI.

B. Proses Komunikasi Persuasif Unit Kegiatan Mahasiswa Fakultas Rohani Belia Bina Islam (UKMF RABBANI) dalam Pembinaan Kode Etik Mahasiswa.

Setiap organisasi kemahasiswaan pasti memiliki anggota atau kader yang memiliki latar belakang dan karakter yang berbeda antara satu dengan yang lainnya. Perbedaan tersebut tergambar dalam perbedaan tingkah laku, cara bertutur kata, cara bergaul bahkan cara berpakaian. Perbedaan tersebut yang menjadikan keragaman akan sifat, sikap dan tindakan anggota yang harus diarahkan kepada nilai-nilai yang akan dibentuk oleh UKMF RABBANI melalui proses komunikasi persuasif.

Proses inilah yang menjadikan pembeda satu organisasi dengan organisasi yang lainnya. Sehingga, dalam proses melaksanakan program kerja yang telah di rencanakan, setiap organisasi memiliki tahapan-tahapan yang berbeda, tahapan-tahapan inilah yang menjadikan proses pelaksanaan program kerja yang telah direncanakan dapat diukur dengan masif.

Proses ini juga yang akan menjadikan tolak ukur dari keberhasilan dan tercapainya indikator-indikator yang ada dalam program kerja tersebut, sehingga program kerja yang dilakukan tidak hanya terlaksana melainkan bernilai dan berdampak besar bagi masyarakat kampus khususnya.

Untuk mengetahui bagaimana proses Komunikasi Persuasif UKMF RABBANI, maka penulis akan menggambarkan dan menguraikannya sesuai dengan tahapan-tahapan yang penulis dapatkan saat turun lapangan penelitian. Adapun tahapan-tahapan tersebut meliputi:

1. Pengurus UKMF RABBANI memperkenalkan diri kepada mahasiswa-mahasiswi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi secara individu dan berusaha untuk menjadi sosok teman bagi mereka.

Kalimat di atas seperti apa yang disampaikan oleh Mira Agustina:

“kami berusaha untuk mendekati kader dengan menjadikan diri kami sebagai teman dekan serta memberikan kenyamanan kepada mereka”.⁵¹ Selain itu, kami juga sering berkomunikasi dengan mereka baik secara langsung atau melalui sosmed.

2. Pengurus UKMF RABBANI menggunakan prinsip *partisipan audiens* untuk memudahkan dalam proses mengamati sejauh mana pesan yang

⁵¹ Wawancara dengan Mira Agustina, 17 April 2019.

disampaikan tertanam kedalam jiwa anggota serta sebagai pembelajaran awal bagi anggota UKMF RABBANI.

Kalimat di atas seperti apa yang disampaikan oleh Mira Agustina saat penulis wawancara:

“ia melibatkan kak, tidak hanya untuk presidium yang menggunakan pesan persuasif tapi kami mengajarkan kepada anggota-anggota karena mereka yang akan meneruskan kepengurusan UKMF RABBANI. Dalam program kerja juga kami selalu melibatkan anggota sebagai pembelajaran bagi mereka”.

3. Pengurus menggunakan media untuk membuat konten-konten yang menarik perhatian anggota UKMF RABBANI serta menggunakan kalimat lugas saat menyampaikan pesan kode etik mahasiswa, sehingga anggota tertarik untuk mendengarkan pesan persuasif UKMF RABBANI.

Selain itu pengurus juga mengkolaborasikan pesan kode etik mahasiswa dengan kajian islam yang mendukung yang diambil dari kisah-kisah motivasi para sahabat Rasulullah *Shalallahu'alaihi wassalam* dan para *Shahabiyah*.⁵²

4. Setelah membuat anggota UKMF RABBANI memperhatikan pesan yang disampaikan, maka langkah selanjutnya adalah menampilkan atau mencontohkan efek yang ditimbulkan jika kita menerapkan pesan persuasif yang disampaikan oleh UKMF RABBANI. Hal ini yang membuat anggota memiliki hasrat, minat dan memutuskan untuk

⁵² Wawancara dengan Lutfi Firmansyah, 20 Maret 2019 .

melakukan hal yang sama dengan apa yang dicontohkan oleh pengurus UKMF RABBANI.

Dalam wawancara Mira Agustina menjelaskan kepada penulis:

“untuk menarik hasrat, minat dan keputusan anggota maka kami melakukan beberapa hal seperti: pengurus melakukan terlebih dahulu pesan yang disampaikan ke anggota, pengurus melakukan pendekatan, perhatian dan ajakan, pengurus saling mengingatkan tentang pesan yang telah disampaikan dan memonitoring pada setiap pekannya”.

5. Pengurus UKMF RABBANI memonitoring proses pelaksanaan pesan kode etik melalui Lingkar Studi Islam (LSI) yang diadakan dalam setiap pekannya.



Setelah mengamati proses komunikasi persuasif UKMF RABBANI, akan lebih baik jika penulis menggambarkan tanggapan anggota UKMF RABBANI, sehingga dengan mudah kita amati sejauh mana proses tersebut berdampak terhadap diri anggota UKMF RABBANI. Adapun tanggapan yang dirasakan oleh anggota UKMF RABBANI yaitu:

- a. Anggota UKMF RABBANI merasakan pesan yang disampaikan itu penting dan memiliki pengaruh yang positif terhadap masa depan mereka, sehingga mereka berusaha untuk memperhatikan pesan yang disampaikan oleh pengurus UKMF RABBANI.

Tanggapan tersebut sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Ical saat di wawancarai oleh Penulis.

“yang membuat saya tertarik untuk memperhatikan pesan yang disampaikan oleh pengurus UKMF RABBANI karena

memiliki nilai ilmu dan sesuai dengan kode etik mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi”.⁵³

Tanggapan yang lain juga disampaikan oleh Nungki Pramana Hasan.

“Pesan pembinaan yang dibuat rabbani menarik menurut saya, karena UKMF RABBANI selalu berusaha memberikan pesan-pesan terhadap kader nya baik secara langsung ataupun dri kata-kata kebaikan yang selau di share stiap hari nya. Yang pasti UKMF RABBANI selalu berusaha agar apa yang disampaikannya dapat diterima oleh kader atau masyarakat kampus dengan cara apapun itu”.⁵⁴

- b. Anggota UKMF RABBANI merasakan pesan yang disampaikan mudah dicerna dan memiliki nilai rasional sehingga mudah untuk difahami dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Kalimat di atas sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Farissa saat penulis wawancarai.

“saya merasa pesan yang disampaikan masuk akal dan itu membuat saya faham tentang agama maupun kehidupan”⁵⁵

- c. Anggota UKMF RABBANI merasakan kesesuaian antara pesan yang disampaikan dengan kondisi yang dialami oleh mereka, sehingga pesan yang disampaikan membekas dan menarik hasrat dan minat anggota untuk selalu memperhatikan dan memahami pesan yang disampaikan.
- d. Anggota UKMF RABBANI memahami bahwa pesan yang disampaikan mengandung kebaikan dan sesuai dengan yang

⁵³ Wawancara dengan Ichal Prayogi, 29 April 2019.

⁵⁴ Wawancara dengan Nungki Pramana Hasan, 03 April 2019

⁵⁵ Wawancara dengan Farissa, 04 April 2019.

diajarkan dalam agama Islam, sehingga dengan penuh keyakinan anggota UKMF RABBANI siap untuk menerapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Kalimat di atas sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Rayhan Anissa saat di wawancarai penulis.

“Pesan yang disampaikan baik, dan bisa diterapkan karena ilmu yang baik sudah sepatutnya di amalkan”.⁵⁶

Selain pendapat dari Rayhan Anissa di atas, pendapat yang lain juga disampaikan oleh saudara Rizki Firdausa dan Nungki Pramana Hasan saat diwawancarai oleh penulis.

“Menurut saya pemahaman yang disampaikan oleh pengurus UKMF RABBANI adalah jalan kebaikan dan amar makruf nahi mungkar”.⁵⁷

“Karena, suatu pemahaman yang saya dapatkan sudah di peroleh dari berbagai sumber. Dan ketika pemahaman itu saya kaji dan kaji, saya memantapkan benar apa adanya. Maka saya akan terus berjalan di atas pemahaman tersebut”.

Selain penuturan dari Rayhan Anissa, Riski Firdausa, dan Nungki Pramana Hasan, Penuturan Selanjutnya di sampaikan oleh Amelia Eka Wandira saat menjawab pertanyaan penulis.

“ Saya yakin dengan pemahaman yang saya dapatkan sesuai dengan Al-Qur'an dan sunnah, saya yakin itu benar karena tidak mungkin Al-Qur'an dan sunnah salah”.⁵⁸

⁵⁶ Wawancara dengan Rayhan Anissa, 09 April 2019.

⁵⁷ Wawancara dengan Riski Firdausa 04 April 2019.

⁵⁸ Wawancara dengan Amelia Eka Wandira, 13 April 2019.

BAB IV
KOMUNIKASI PERSUASIF UKMF RABBANI DALAM PEMBINAAN
KODE ETIK MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU
KOMUNIKASI

A. Proses Komunikasi Persuasif UKMF RABBANI dalam Pembinaan Kode Etik Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

Dalam menyampaikan komunikasi persuasif untuk membina kode etik mahasiswa, maka akan lebih baik jika seorang komunikator memahami unsur-unsur dalam komunikasi sehingga proses yang dilalui memiliki bagian-bagian yang utuh serta memungkinkan untuk terjadinya interaksi.

Pada bab II halaman 19 ada 4 unsur dalam komunikasi yang saling berkaitan antara satu dengan yang lain, sehingga tanpa salah satu unsur tersebut komunikasi tidak akan berjalan dengan efektif. Adapun unsur-unsur tersebut meliputi komunikator, pesan, saluran, dan penerima.

Dalam praktik komunikasi persuasif, UKMF RABBANI telah memenuhi unsur-unsur komunikasi sesuai dengan teori pada bab II. Adapun yang bertugas sebagai komunikator atau pembicara adalah pengurus UKMF RABBANI, sedangkan pesan yang disampaikan adalah kode etik mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi dengan saluran atau media leaflet dan desain yang di upload pada media sosial UKMF RABBANI, sedangkan sebagai penerimanya adalah anggota UKMF RABBANI.

Dengan penjelasan di atas, maka UKMF RABBANI telah memenuhi unsur-unsur komunikasi sesuai dengan teori yang disampaikan di atas, sehingga pesan komunikasi yang disampaikan oleh UKMF RABBANI memiliki efek bagi penerima.

Setelah unsur-unsur komunikasi telah terpenuhi, komunikasi persuasif UKMF RABBANI akan lebih baik jika menggunakan prinsip dalam praktiknya. Dalam teori bab II halaman 22 disebutkan ada 4 prinsip yang bisa digunakan saat melakukan komunikasi persuasif, adapun 4 prinsip tersebut yaitu prinsip pemaparan selektif (*The Selective Exposure Principle*), prinsip partisipasi audiens (*The Audience participation Principle*), prinsip suntikan (*The Inoculation Principle*), dan yang terakhir adalah prinsip perubahan yang besar (*The Magnitude of Change Principle*).

Dalam bab III halaman 49 sesuai dengan data yang penulis dapatkan, dalam praktiknya UKMF RABBANI menggunakan prinsip partisipasi audiens yakni dengan cara melibatkan anggota dalam proses pembinaan dan program kerja yang telah dirumuskan oleh pengurus UKMF RABBANI.

Setelah terpenuhi unsur-unsur komunikasi dan pemilihan prinsip komunikasi yang tepat, maka langkah selanjutnya adalah memahami tahapan-tahapan komunikasi persuasif yang dilakukan oleh UKMF RABBANI.

Dalam bab II halaman 24 disebutkan ada 5 tahapan agar komunikasi komunikasi persuasif berjalan dengan baik dan berdampak pada diri kader,


adapun proses tersebut meliputi perhatian (*Attention*), minat (*Inters*), hasrat (*Desire*), keputusan (*Decition*) dan yang terakhir adalah kegiatan (*Action*).

Teori di atas menjelaskan tentang tahapan-tahapan komunikasi persuasif agar bernilai efektif dan membekas didalam jiwa komunikan. Pada proses awal sebelum menyampaikan komunikasi persuasif, Pengurus UKMF RABBANI memperkenalkan diri kepada mahasiswa-mahasiswi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi secara individu dan berusaha untuk menjadi sosok teman bagi mereka. Hal ini dilakukan untuk memudahkan pengurus UKMF RABBANI untuk berdiskusi dan menciptakan suasana kekeluargaan diantara pengurus UKMF RABBANI dan Anggota.

Setelah membangun rasa kekeluargaan dan nyaman dengan anggota, maka langkah selanjutnya pengurus melibatkan anggota dalam acara-acara yang telah dirumuskan oleh pengurus UKMF RABBANI dan mengemas materi dalam bentuk konten – konten yang menarik dan mudah untuk difahami sehingga anggota UKMF RABBANI merasakan dibutuhkan dan menambah minat serta hasrat untuk selalu menerapkan dan di bimbing oleh UKMF RABBANI.

Setelah terbentuknya hasrat anggota untuk di bimbing dan diarahkan oleh pengurus UKMF RABBANI, maka pengurus memberikan contoh atau tauladan dengan cara menerapkan apa yang mereka sampaikan dalam kehidupan sehari-hari, sehingga anggota dapat melihat hasil atau efek dari apa yang diterapkan pengurus sembari memutuskan untuk mempraktikannya dalam kehidupan sehari-hari.

Setelah menyampaikan komunikasi persuasif, perubahan karakter mahasiswa akan semakin terpantau dengan baik jika kita menambahkan dengan aktivitas pembinaan karakter. Dalam bab II halaman 32 pembinaan adalah suatu proses belajar dengan mempelajari hal-hal yang belum dimiliki dengan tujuan membantu orang yang menjalani, untuk membetulkan dan mengembangkan pengetahuan dan kecakapan yang sudah ada serta mendapatkan pengetahuan dan kecakapan yang baru untuk mencapai tujuan hidup dan kerja, yang dijalani secara lebih efektif.



Dalam hal membina, UKMF RABBANI berusaha memberikan pengajaran atau pembinaan kepada mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang tergabung dalam UKMF RABBANI, dengan cara menyampaikan materi yang berisikan tentang kode etik mahasiswa, berdiskusi tentang akhlak dan keislaman, mendatangkan ustad dalam kegiatan *Tarbiyah Tsaqofiyah* atau tatsqif serta membentuk LSI (Lingkar Studi Islam) sebagai bentuk pengontrolan atau pemantauan sejauh mana perkembangan kader dalam menyerap dan menerapkan pemahaman yang didapatkan saat dibina oleh pengurus UKMF RABBANI.

Dalam proses pembinaan pasti memerlukan metode – metode pembinaan yang tepat. Sehingga memudahkan UKMF RABBANI untuk mencapai tujuan dari pembinaan itu dilakukan. Jika kita merujuk pada bab II halaman 34 ada beberapa metode yang dapat digunakan dalam membina kode etik mahasiswa, yaitu metode *bil hikmah*, *mauidzhotil hasanah* (Pelajaran yang baik) dan *mujadalah* (berdiskusi).

Untuk memperjelas teori di atas, UKMF RABBANI ketika membina mahasiswa atau kadernya, menggunakan tiga metode yaitu mengajak dengan hikmah atau mengajak dengan dalil yang bersumber dari al – qur'an dan sunnah, mengajak dengan *mauidzhotil hasanah* atau mengajak dengan cara yang baik, yaitu mengajak mahasiswa atau kader untuk mempelajari kode etik mahasiswa yang diambil dari nilai-nilai dalam agama islam dan yang terakhir adalah dengan cara *mujadalah* atau mendiskusikan sesuatu yang telah mereka pelajari.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Dalam proses menyampaikan komunikasi persuasif, unit kegiatan mahasiswa Fakultas Rohani Belia Bina Islam (UKMF RABBANI) menggunakan teknik partisipasi Audiens yakni mengikut sertakan kader dalam setiap kegiatan UKMF RABBANI, selain itu ada 5 tahapan yang dilalui oleh UKMF RABBANI saat menyampaikan komunikasi persuasif yaitu menimbulkan perhatian (*attention*), minat (*inters*), hasrat (*desire*), keputusan (*decition*), dan puncaknya adalah menerapkannya dalam bentuk kegiatan (*action*).

Selain menggunakan 5 tahapan dalam menyampaikan komunikasi persuasif, UKMF RABBANI ketika melaksanakan pembinaan menggunakan 3 metode yaitu menyampaikan pesan dengan hikmah, pelajaran yang baik (*mauidzhotil hasanah*), dan yang terakhir dengan cara berdiskusi (*mujadalah*).

B. SARAN

Dalam setiap mengupayakan kebaikan pasti memerlukan saran atau kritik sebagai bentuk evaluasi dari nilai-nilai kebaikan yang telah kita kerjakan. Sehingga upaya kebaikan yang kita lakukan selalu mengalami peningkatan dari hari ke hari yang lainnya.

Adapun saran dari penulis yaitu:

1. Dalam membina kode etik mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, akan lebih baik jika UKMF RABBANI dapat mengembang *skill* komunikasi persuasif pengurus melalui *dakwah fardiyah*.
2. Akan lebih baik jika setiap selsai melakukan *dakwah fardiyah* (mengajak secara individu) pengurus UKMF RABBANI melaksanakan evaluasi yang dimotori oleh devisi Kaderisasi.
3. Dalam proses penyampaian komunikasi persuasif UKMF RABBANI akan lebih baik jika memanfaatkan media sosial atau chanel lain untuk memuat konten kode etik didalamnya. Menurut hemat penulis, media yang cocok di gunakan adalah penerbitan buku saku kode etik mahasiswa, penyebaran bulletin atau melalui leaflet yang didesain unik kemudian dibagikan atau di tempelkan pada majalah dinding.
4. UKMF RABBANI perlu memaksimalkan penerapan nilai-nilai yang terkandung di dalam kode etik, serta memberikan apresiasi bagi anggota UKMF RABBANI yang telah berproses dalam pembinaan.
5. UKMF RABBANI membuat daftar pencapaian nilai-nilai yang terkandung di dalam kode etik mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, sehingga dengan daftar pencapaian tersebut memudahkan pengurus untuk mengetahui sejauh mana angota tersebut memahami pesan yang disampaikan. Dengan daftar pencapain ini membuat anggota berlomba-lomba untuk menerapkan nilai-nilai yang terkandung dalam pesan persuasif tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Aen Istianah Afiati. *Komunikasi Persuasif dalam Pembentukan Karakter (studi deskriptif kualitatif pada pelatih pendidikan Tamtama TNI AD di sekolah calon Tamtama Rindam IV Dipenegoro Kebumen)*. Fakultas Ilmu Komunikasi dan Humainiora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta,2015.

Anggun Ekawati. *Komunikasi Persuasif Da'i Terhadap Masyarakat Yang Berbeda Madzhab Di Dusun Pasar Lama Labuhan Maringai Lampung Timur*. Fakultas Dakwah dan Ilmu komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung,2017).

Ardial. *Paradigma dan Model penelitian Komunikasi*. Jakarta: Bumi Aksara,2014.

Emzir. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010.

Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung, *Buku Pedoman Akademik, Kode Etik Mahasiswa, Kalender Akademik*, 2015.

Ibnu Katsir, *Tafsir Ibnu Katsir terjemahan*, Solo:Insan Kamil,2017.

Irfan Bunaveed. “Mendudukan Hadits Aku diutus untuk menyempurnakan Akhlak”.(Online),tersediadi:

<http://www.irfanabunaveed.net/2016/07/mendudukan-hadits-aku-diutus-untuk.html>.

Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu,2006.

James G. Bobbins dan Barbara S.Jones, *Komunikasi Yang Efektif*. Jakarta: CV Pedoman Ilmu Jaya, 2006.

Kartono Kartini. *Pengantar Metodologi Riset Sosial*. Bandung: Madar Maju, 1996.

M. Nasor, *Studi Ilmu Komunikasi*. Bandar Lampung: Fakultas Dakwah IAIN Raden Intan Lampung, 2009.

M. Nashor. *Komunikasi Persuasif Nabi Dalam Pembangunan Masyarakat Madani*. Bandar Lampung: Pustakamas, 2011.

Mulyana Deddy. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya 2011.

M.Quraish Shihab, *Tafsir Al – Misbah Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*, Jakarta: Lentera Hati, 2002.

Septian Hadi Rahmawan. *Pengaruh Komunikasi Persuasif terhadap Kesadaran Pajak Pedagang di Rangkasbitung*. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sultan Ageng Banteng, 2014.

Sugiono. *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2012.

Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 1993.

Wahyu Ilahi. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010.

Yunahar Ilyas. *Kuliah Akhlak*. Yogyakarta: LPPI, 2000.

Zakia Darajat. *Pola Pembinaan Mahasiswa IAIN*. Jakarta: Depag RI, 1983.



Pedoman Kode Etik Mahasiswa-Mahasiswi UIN Raden Intan Lampung
Mahasiswa-Mahasiswi UIN Raden Intan Lampung dilarang:

1. Memakai kaos oblong/tidak berkerah, celana/baju yang sobek, sarung, sandal, topi (pet), rambut panjang, anting, kalung, gelang (khusus untuk laki-laki). Pakaian ketat dan transparan, rok/celana di atas mata kaki, baju pendek (khusus perempuan), tanpa jilbab dan memfungsikan sepatu jadi sandal.
2. Ngebut, boncengan lebih dari uang orang, membuka saringan knalpot sehingga mengakibatkan kebisingan, mengganggu ketenangan serta kenyamanan kegiatan akademik, melukan kerusakan pelestarian lingkungan, serta meletakkan kendaraan tidak di tempat parkir yang telah ditentukan dan melanggar rambu lalu lintas dalam kampus.
3. Menggunakan kantor sekretariat di luar batas yang telah ditetapkan, kecuali telah memperoleh izin dari UIN Raden Intan Lampung dan menggunakan kantor sekretariat sebagai tempat menginap, memasak, mencuci, menjemur pakaian, dan aktivitas rumah tangga lainnya, serta menempelkan brosur di sembarang tempat.
4. Saat mengikuti perkuliahan: masuk ruangan kuliah terlambat tanpa izin dan mengucapkan salam, mengobrol dalam ruangan saat perkuliahan sedang berlangsung, dan/atau duduk berdampingan laki-laki dan perempuan, serta membawa catatan dan menyontek ketika ujian berlangsung.
5. Melakukan kecurangan akademik dalam bentuk plagiat, praktik perjokian, memalsukan nilai, tanda tangan dan surat yang berkaitan dengan kegiatan akademik administrasi dan kemahasiswaan.
6. Melakukan tindakan yang bertentangan dengan ajaran Islam dan nilai-nilai moral serta susila, seperti : membunuh, merampok, mencuri, meminum-minuman keras, menggunakan dan/atau melakukan transaksi jual beli narkoba, berbuat zina atau yang mengarah kepada perzinahan, tidak melaksanakan shalat, tidak menjalankan puasa Ramadhan, tindakan

anarkis dan criminal dan perbuatan tercela lainnya seperti mengucapkan kata-kata kotor dan penghinaan kepada pimpinan dan dosen serta pegawai UIN Raden Intan Lampung.

7. Melakukan tindakan campur tangan kepentingan organisasi ekstar kampus dalam pengambilan kebijakan organisasi intra kampus.
8. Merusak sarana dan prasarana kampus UIN Raden Intan Lampung.





Latihan Memanah laki-laki UKMF RABBANI



Tarbiyah Tsaqofiyah UKMF RABBANI



KADIRISASI UKMF RABBANI

PRESENT

GKM

GERAKAN KADER MEMBACA

Daftar Buku :

1. Menggapai purnama surga
2. Penyimpangan terhadap Al-quran
3. Wanita muslimah dan perjalanan seribu mil
4. Agama dalam perspektif rasional
5. Hikmah kesehatan dalam solat
6. Inilah islam
7. Sungguh merugi
8. Kiat-kiat menghidupkan ramadhan
9. Sehari di kediaman Rasulullah
10. Tantangan pemuda islam
11. Perbaikan akhlak
12. Cinta illahi
13. Menuju hidup bahagia
14. Hakikat tauhid
15. Beberapa pelajar penting untuk seluruh umat
16. Jangan dekati zina
17. Cinta onde-onde
18. What's wrong with me
19. Penjelasan pembatalan keislaman
20. Penghancur amal kebaikan
21. Wajah dunia islam kontemporer
22. Asuransi dalam perspektif syariah
23. Menjadi hafidz quran
24. Hakikat pokok dan buah iman
25. Rahsia kedahsyatan hari jum'at
26. Pertanyaan yang sering muncul dalam sholat
27. Berwudhu akan membuatmu benar-benar sukses dan kaya
28. Manusia teragung sepanjang masa
29. Rambu rambu syariat praktis fiqh wanita
30. Ilmu filsafat dan islam tentang manusia dan agama
31. Intelegensi spritual
32. Ilmu tasawuf
33. Yang paling baik akhlaknya
34. Beramal sekecil apapun
35. Mukjizat sholat malam



Teknis GKM :

1. satu peserta hanya boleh meminjam satu buku
2. batas waktu membaca 1 bulan dimulai tanggal 15 April-15 mei 2019
3. peserta wajib membuat resume/ rangkuman dari buku yang dibaca minimal 1 lembar kertas folio
4. resume/rangkuman terbaik akan mendapatkan doorprize (2 ikhwan 2 akhwat)

More Info

CP Ikhwan (Mahmudin)
0823-7472-7352

Akhwat (Amara)
(0813-7768-9989)

(Raihan)
(0857-8863-5042)

punggawa dakwah FDIK

ukmfrabbani.fdik

Rabbani TV

Gerakan Kader Membaca



Silaturahmi dan pemberian cendera mata Ke Sekertaris Jurusan KPI



Kajian Super Ramadhan (Persiapan menyambut bulan Ramadhan).



Senam bersama UKMF RABBA
Pelatihan Administrasi UKMF RABBANI



Mejikom (Bedah Aksi Teror di New Zaeland)



Wawancara dengan Rayhan dan Amel



Wawancara dengan Lutfi Firmansyah



Wawancara dengan Ichal Prayogi

